الاتصال الرقمي والإعلام الجديد

موقع facebook نموذجا



الدكتورة أمينة نبيح

الاتصال الرقمي والإعلام الجديد

موقع facebook نموذجا

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية
(2018/7/3629)

نبيح، أمينة يحيى

الاتصال الرقمى والاعلام الجديد/ امينة يحيى نبيح- عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع 2018

(   ) ص.

ر. ا. : (2018/7/3629)

الواصفات: /الاتصال//الاعلام//الانترنيت/

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعتبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية آخرى.

ISBN 978-9957-96-541-9

دار غيداء للنشر والتوزيع

تلاع العلي - شارع الملكة رانيا العبدالله
تلفاكس : 5353402 6 962+
ص.ب : 520946 عمّان 11152 الأردن
www.darghaidaa.com

مجمع العساف التجاري - الطابق الأول
خلوي : 95667143 7 962+
E-mail: darghidaa@gmail.com
E-mail: info@darghaidaa.com

الاتصال الرقمي والإعلام الجديد

موقع facebook نموذجا

الدكتورة

أمينة نبيح

أستاذة الإعلام بجامعة المدية

الطبعة الأولى

2019م- 1440هـ

الإهداء

إلى أستاذي الغالي: بومعيزة السعيد

إلى أمي وأبي ... حفظهما الـلـه

إلى زوجي وقرة عيني أولادي

إلى كل من أحب

أهدي هذا العمل المتواضع

الفهرس

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تسارعاً مذهلاً في حركة الاتصالات وشيوع تطبيقات شبكة الانترنت، كوسيلة اتصال جماهيرية وفرت لمستخدميها، أفرادا وجماعات ومؤسسات، كماً هائلا ومتناميا من المعلومات والأخبار المتحررة من قيود الزمان والمكان.

وبالفعل، هناك دلائل عديدة تشير إلى أن "القرية العالمية" التي تحدث عنها Marshall McLuhan جراء تطور وسائل الاتصال الجماهيري في الستينيات، قد تتحول إلى مئات الآلاف من المقاطعات الصغيرة المنعزلة بسبب التوجه الفردي لوسائل الاتصال وميلها إلى تشظية أو تجزئة الجمهور التقليدي (Traditional Audiences Fragmentation). لأن التطور المتسارع والهائل في تكنولوجيا الاتصال أدى في نهاية القرن العشرين إلى ظهور وسائل حديثة للتواصل الاجتماعي ساعدت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة.

وتأتي الانترنت في مقدمة هذه التطورات التكنولوجية بدون منازع، نظرا للتفاعلية الكونية التي توفرها، وهي إمكانية لم تستطع أية أداة من أدوات الاتصال الأخرى تحقيقها بمثل هذه السهولة واليسر. فالإنترنت ساعدت بدرجة كبيرة في خلق سياق كوني للجماعات الإنسانية المختلفة، بغض النظر عن الحدود الجغرافية والتقسيمات السياسية والانتماءات الدينية. كما أنها سهلت عملية الاتصال بين البشر بدرجة غير مسبوقة في التاريخ، الأمر الذي عزز تشكيل رأي عام تجاه العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية.[1]

---

(1) محمد النواوي، سحر خميس، **الخطابات الإسلامية المعاصرة في الفضاء الإلكتروني**، سلسلة بالجريف ماكميلان للاتصال الدولي السياسي، طباعة بالجريف ماكميلان، نيويورك، الولايات المتحدة الأميركية. 2009، ص 03.

ووسائل الإعلام الجماهيرية غير مستثناة من هـذه الخدمـة، فهـي تتجـه نحـو تعمـيم استخدام التكنولوجيا الرقمية التي تقوم على المـزج بـين الـنص والصـوت والفيـديو وتخزينهـا ونقلها واسترجاعها. وعليه، فإنها دخلت مرحلة انتقالية منذ مدة غير بعيدة، وأصـبحت بعـض الصحف على سبيل المثال، تستخدم عدة طرق للتوزيع الالكتروني عبر شبكات الكابل وخطوط التلفزيون وشبكة الانترنت. وهكذا، أصبح بإمكان الملايين من الناس في الوقت الراهن مطالعة الصحف واختيار الأخبار التي يرغبون في قراءتها عبر شاشات حواسبهم الشخصـية، والهواتـف الذكية وأجهزة ما يسمى بِـ iPod، ويمكن أن تظهر أجهزة استقبال أخرى في المستقبل المنظور جدا.

في ظل هذا التطور، أصبح الإعلام العربي (بما فيه الجزائر) يعيش تحولات على مختلف المستويات السياسية والتنظيمية والفنية، وعلينا أن نقر بأنه يصعب علينا في الوقـت الحـاضر استشراف مسـارات الخريطـة الجيـو-إعلاميـة الحديثـة. إلا أن المؤكـد في رأينـا هـو أن هنـاك مؤشرات تدل على ضعف استجابة الإعلام العربي إلى عولمة الإعلام. ومـن بـين هـذه المـؤشرات هو أنه مازال تائهاً بين التبعية الفنية والتنافس السلبي على سوق إعلاميـة إعلانيـة محـدودة، وبالتالي أصبح رهن الإعلان من جانب، والقيد الحكومي من جانب آخر.

فـالإعلام العـربي يعـاني مـن ضـمور الإنتـاج وشـح الإبـداع، حتـى كـاد - وهـو المرسـل بطبيعته- أن يصبح هو نفسه مستقبلاً للإعلام المستورد ليعيد بثه إلى جماهيره، كما أنه يشكو من تناقض جوهري، بعد أن تخلى عن مهمته التنموية الأساسية ليسوده طابع الترفيه والإعلام الـدعائي عـلى حسـاب مهـام التعلـيم، والتوعيـة الثقافيـة، وإعـادة إحيـاء الإرادة الجماعيـة للمشاركة في العمل الاجتماعي. ويكمن التحـدي- حاليـاً- في أن التوجهـات الإعلاميـة الراهنـة تعمل على زيادة هذه الضغوط، مما يتطلب سياسة إعلامية أكثر صموداً ومرونة وابتكاراً.[1]

---

(1) نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العـربي**، المجلـس الـوطني الثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 349.

خاصة، في ظل غياب التنظير الإعلامي، فعلى الرغم من إدراك الكثيرين لأهمية الإعلام ودروه التنموي، إلا أن هناك شبه غياب تنظيري للقضايا التي يطرحها إعلام عصر المعلومات وانعكاساته على تضاريس الواقع العربي.

وعلى المستوى الأكاديمي، فإن كثيراً من أهل التخصص، إلا ما ندر، تنقصهم العدة النظرية والخلفية الفنية المعلوماتية لتناول قضايا الإعلام الحديث، خاصة فيما يتعلق بالانترنيت ومفاهيمها كوسيط إعلامي واتصالي.

فقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البُنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها. كما أن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، خاصة وأن البُنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشُّكل. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية.

بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

ولعل الاستثناء الوحيد يصنعه بعض الباحثين، داخل الجزائر وخارجها، الذين يجتهدون في إطار ما يسمى "نظرية الحتمية القيمة" في الإعلام للأستاذ عبر الرحمان عزي لمحاولة الخروج من الهيمنة النظرية الغربية لشرح واقع مجتمعاتهم الإعلامي. وهي جهود تؤسس لبديل نظري لما هو موجود ومعمول به في البلدان العربية عموما.[1]

فالإعلام الكلاسيكي والجديد يتسمان بحركية على جميع المستويات، ويتعلق هذا خاصة بالأنماط التي تحكم عمليات التواصل الاجتماعي داخل الفضاء العمومي، فبالإضافة إلى رفض اختزال هذا الحركية في المستوى التقني، تنظر المقاربة التواصلية إلى المجال الإعلامي كمجال هجين يتداخل فيه الحديث بالقديم. ذلك أن العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد لا تقوم على القطيعة، وظهور وسائط إعلام جديدة كالانترنت، والهاتف الجوال، وجملة التطبيقات الإعلامية والاتصالية التي تتيحها، لا يعني نهاية واندثار الوسائط الإعلامية الكلاسيكية (Médiasphère). إذ نعيش في الحقيقة داخل مجال تواصلي وإعلامي معقد، حيث تتعايش أنماط اتصالية مختلفة ووسائط إعلامية قديمة وجديدة، ولا تتعلق هذه الهجانة بتزاوج وتفاعل القديم والجديد فحسب، ولكن، أيضا، بتكاثر الفاعلين (مؤسسات وإعلاميين، أفراد، جماعات افتراضية)، وبتنوع الخطابات الإعلامية (صحفية ودعائية وحميمية وجماعية)[2].

---

(1) انظر كتابات الأستاذ عزي عبد الرحمان في هذا الشأن.

(2) الصادق الحمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2006، ص10.

فالانترنت مجال تداخلت فيه أدوار المرسلين والمستقبلين، مـن خـلال أشـكال إعلاميـة وتواصلية جديدة، تتجدد باستمرار من خلال الابتكارات المتواصلة للتقنيات وأنماط العلاقـات الالكترونية، كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، أو بما أصبح يسمى عموما "إعلام الـنحن" أو"إعـلام الجماهـير". وبالتـالي لم تعـد وسـائل الإعـلام التقليديـة المنـتج الوحيـد والـرئيس للمعلومات وللخطابات، ولم يصبح الإعلاميون الفاعلون الوحيدون في تحديد ما يتم تداوله في الفضاء العمومي من مضامين. فقد تحولت الأشكال التعبيرية الجديدة التـي تتيحهـا الشـبكة إلى خطابات منافسة للخطابات التي ألفها الجمهور لعقود من الزمن.

في هذا الصدد، نشير إلى أن الخطابات الإعلامية التقليدية كانت تعتبر الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي ممارسة خاصة بالمراهقين الفاقدين للـوعي بقيمـة العلاقـات الاجتماعيـة الحقيقية، لكنها سرعان مـا تحولـت تـدريجيا إلى أحـد أهـم التطبيقـات التفاعليـة في المواقـع الإعلاميـة، حيـث يـتم توظيفهـا لإدارة الفضـاءات الحواريـة بـين الصـحفيين والضـيوف والمستخدمين. وأصبحت تمّثل مصدرا هاما للتوثيق والبحث عن المعلومات، ووسيلة للتواصل مع جملة الفاعلين في العملية الإعلامية.

إذ تحولـت الجماهـير الصـامتة إلى أفـراد ومجموعـات نشـطة تكتـب في المـدونات، وتتجـادل حـول القضـايا العامـة باسـتمرار في المنتـديات بأشـكالها المختلفـة التلفزيونيـة والإلكترونية، وتتفاعل بحرية أكـثر عـلى مواقـع التواصـل الاجتماعـي، وهـذا يعنـي تحـولا في طبيعة المجتمع ذاته، وفي طبيعة السلطة وفي طبيعة علاقة الفرد بالمجتمع.

في هذا السياق، أضافت الانترنت أبعادا للاتصال مقارنـة بالوسـائل التقليديـة الأخـرى، تمثلـت في الطبيعـة التفاعليـة وصـعوبة السـيطرة والرقابـة النسـبية عـلى محتـوى المواقـع الإلكترونية، كما تحول مسـتخدموها مـن مجـرد مسـتخدم ومسـتهلك مجهـول للرسـالة عـلى اختلاف أنواعها، إلى منتج لها ومشارك فاعل فيها. مما زاد في اتساع نطاق القاعدة الاجتماعيـة المستخدمة للاتصال الرقمي.

وهذا ما أثر على عملية التحول الاجتماعي الديمقراطي على المدى البعيد، نظراً لتوسع نطاق فرص النفاذ إليها بالنسبة إلى فئات اجتماعية عريضة، واستحالة الرقابة السياسية على محتوى المواقع الإلكترونية، مما يؤدي إلى ارتفاع المشاركة الرقمية.[1] في ظل وفرة وتنوع الخدمات الاتصالية، مما يجعل الفرد يختار ما يشبع رغباته الاتصالية والترفيهية، من بين بدائل عديدة وفي الأوقات التي تناسبه.

إلا أن هذا قد ينطوي على عواقب وتأثيرات غير متوقعة، ناتجة عن غياب الاستخدام الأمثل للوسيلة، واحتمال تحويل وظيفتها إلى وظائف أخرى غير منتجة وغير مفيدة للمجتمع، خاصة، وأن الشبكة أحدثت في الوقت نفسه تغييرا واضحا وجليا في طبيعة الاتصالات الأخرى، التي تعود عليها الأفراد والمؤسسات في المجتمع وفي نمط الثقافة السائد، إلى حد أصبحت فيه ثقافة الاتصال الرقمي تطغى على باقي الثقافات أو هي في طريقها إلى ذلك.[2]

لقد أوجد الاتصال الرقمي- من خلال حامله الانترنت- وبحكم ما وفره من خدمات اتصالية تفاعلية، ثقافة من نوع خاص تختلف عن المفهوم التقليدي للثقافة، إنها ثقافة تتألف من مجموعة غير متجانسة من القيم والآراء والتصورات والمعلومات. فبعض الباحثين يشبهون التغييرات والتأثيرات التي أحدثتها الانترنت في حياة الناس وثقافتهم، بتلك التي أحدثها الهاتف في مطلع القرن العشرين، والتلفزيون في مرحلة الخمسينيات

---

(1) منى الحديدي، شريف درويش اللبان، **فنون الاتصال والإعلام المتخصص**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 25.

نقلا عن: عيسي عبد الباقي موسي، **انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب العربي**، كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي، وزارة التعليم العالي، مصر.

(2) انظر بخصوص غياب ثقافة الوسيلة في البلدان العربية: عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010

والسـتينيات. ويـذهب بعضـهم إلى معادلتهـا بـالتغييرات التـي أحـدثتها الحـروف الهجائيـة L'Alphabet في مسيرة المجتمع الإنساني.[1]

كما أعاد الاتصال الرقمـي رسـم معـالم مكونـات العمليـة الاتصـالية: فالإرسـال يـتم عـبر الشبكات، والرسائل تصاغ وفق مفهوم النص الفـائق، وظهـر مفهـوم الوسـائط المتعـددة، وعـلى مستوى العلاقة مع الجمهور ظهر مفعول التفاعلية. وهناك جدل قـائم حـول الأهـداف المعلنـة والأهداف الخفية لهذا الاتصال الحديث. وعلى مستوى البيئة الاتصالية كسرت ثـورة المعلومـات حواجز المكان (العولمة) والزمان (الواقع الافتراضي) واللغات والثقافات (الترجمة الآلية).

وهذا، عن طريق نوع جديد من الاتصال المتمثل في الاتصال الرقمي، الـذي أصـبح لـه تأثير جد معتبر، فقد يكون هذا التأثير سلبياً، يسهم في إعدادنا تمام الإعـداد لقبـول اتجاهـات وأفكار غير أفكارنا والتسليم بها كحقيقة مسلم بها، ومنها ما يكـون إيجابيـاً في تصـحيح كثـير من المفاهيم وأنمـاط السـلوك وطرائـق التفكـير، وتكـوين رأي عـام سـليم تجـاه العديـد مـن القضايا. إذ يقول Michael Marien مؤسس ومحرر مجلة Futur Survey "نحن نمـر بـعصر جديد للاتصال، يحدث تغييرا في التوازن بين الصورة والكلمات، ويتحـرك مـن النـدرة النسـبية للمعلومات إلى الوفرة العالية وفي أشكال متعددة".[2]

وعلى الرغم من عدم توصل الباحثين في الوقت الحـاضر، إلى فهـم كامـل ودقيـق لتـأثير الوسـائل الاتصـالية الرقميـة عـلى الجوانـب النفسـية والاجتماعيـة والاقتصـادية والسياسية والثقافية لحيـاة الأفـراد العـاديين، إلا أن هنـاك قاعـدة مـن نتـائج البحـوث التجريبية والمسحية التي تساعد في فهم ظاهرة الاتصال بصفة عامة. ولعل إحدى المهام

(1) حلمي خضر ساري، **ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي**، دار مجـدلاوي للـنشر والتوزيـع، ط 01، عمان، الأردن، 2005، ص17.

(2) علي محمد شمو، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، مطبعة ومكتبـة الإشـعاع، ط01، الإسـكندرية، 2004، ص 293.

الأساسية لباحثي الاتصال هي تجميع تلك النتائج العلمية حول آثار وسائل الاتصال على الجمهور، ومحاولة صياغة نظريات تساهم في فهم هذه الظاهرة، والتنبؤ بما يمكن أن تؤدي إليه من ايجابيات وسلبيات. وهذا ما يقوم به الباحثون في إطار ما يسمى "نظرية الإعلام الجديد" حيث يحاولون تكييف ما هو قديم مع الجديد، ويعملون على ابتكار تقنيات منهجية ومفاهيم نظرية لتفسير الظاهرة الجديدة (الإعلام الجديد). ولكن جهود هؤلاء الباحثين ما زالت في إطار التأسيس ولم تتأصل أو تنتشر بعد.

لأن الانترنت- من خلال النوع الاتصالي الجديد الذي وفرته- كشفت لنا عن وجه آخر من وجوه المجتمعات المعاصرة. باعتبارها فضاء تعبيريا مستحدثا، سمح بالتعرف على القوى والاتجاهات غير الظاهرة فيه، والتي غالبا ما تؤثر على الأفراد المجتمعات. وبهذا المعنى، فإن الانترنت، كتقنية جديدة، استطاعت، من خلال الاختلالات والارتباكات والاختراقات التي طالت الجسم الاجتماعي، أن تكون كاشفا اجتماعيا، يظهر لنا العِلل التي تخترق المجتمع. "كالتلاعب بالهويات على الانترنت". كما أدت وسائطها إلى تعزيز عزلة الفرد نسبيا عن محيطه المباشر وتضييقه، لتفتح له أبواب تواصل لا حدود لها مع أرجاء العالم البعيد، مما أدى بالإنسان إلى أن يتواجد جسديا في مكان، وفكريا وعاطفيا واجتماعيا في مكان آخر.[1]

---

(1) نايف كريم، **الأسرة العربية في وجه التحديات والمتغيرات المعاصرة**، مؤتمر الأسرة الأول، دار ابن الحزم، بيروت، 2003، ص 155- 156 .

نقلا عن: محمد فاتح حمدي، **استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام، قسم أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009، ص11.

وهذا التباين- ضمن عوامل أخرى- يمكن أن يكون قد أدى إلى إحداث تغييرات على أنساق القيم والبنيات الثقافية وسلوكيات الإنسان أينما كان وجوده، فهو يتفاعل مع البيئة التي يتواجد بها ومع عناصر الثقافة السائدة فيها.

في هذا المضمار، يعد المجتمع الجزائري من بين المجتمعات الإنسانية، التي فتحت نسبيا أبوابها وتفاعلت مع القفزة المعتبرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام في معظم الميادين، وتجلى ذلك في حياة الفرد الجزائري، الذي استفاد من هذه الوسائط في حياته اليومية والعلمية والأكاديمية والتربوية والترفيهية، وغيرها من المجالات التي استغلت هذه الوسائط المعلوماتية والإعلامية.

فعملية نقل هذه التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في البيئة المحلية الجزائرية، يترتب عليها نمط حياتي ونفسي واجتماعي يتأثر بالخصائص الحضارية لأدواتها، وقد يشكل ذلك خطرا على ثقافة المجتمع الجزائري وهويته وقيمه وبقية المجتمعات الأخرى.

حيث أكدت الدراسات العلمية السوسيولوجية أن المجتمع الجزائري يعد من بين المجتمعات الإنسانية المحافظة على أصالتها نسبيا، سواء كان ذلك من الناحية الثقافية أو الاجتماعية أو الدينية أو السياسية، ولو أننا تتبعنا تطوره خلال مراحله التاريخية لوجدناه من بين المجتمعات المتمسكة بحضارتها وثقافتها وعاداتها وتقاليدها ولهجاتها وهويتها وأعرافها وقيمها الثقافية والاجتماعية والدينية السائدة داخل السياق الاجتماعي العام بالرغم من تحديات متنوعة في جميع الاتجاهات، ولكن هذا لم يمنع المجتمع الجزائري بأن يكون من بين المجتمعات المنفتحة على ثقافة الآخر، من خلال فضاءات وقنوات الإعلام التي وفرتها وسائط الاتصال الرقمي، والتي جعلت من العالم قرية كونية محدودة الأبعاد.

من هذا المنطلق، فإن التكنولوجيا والأفكار الاستحداثية التي وفدت ضمن الاتصال الرقمي عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي كجزء منه خاصة، كانت في الواقع، قناة لنقل أنماط ذهنية وسلوكية مغايرة للسياق الثقافي العربي عامة، والجزائري خاصة، إذ

أنه لم يكن في وارد أحد من المتابعين أن يكون لمواقع التواصل الاجتماعي الرقمية هذه الفاعلية في اتجاهات مستخدميها على غرار الخدمات الاتصالية الرقمية الأخرى.

وعلى هذا الأساس، أرادت الباحثة من خلال هذه الدِّراسة، البحث في كيفية ومجالات تأثير التدفق الإعلامي الأجنبي على السِّيادة الوطنية الجزائرية، وخاصَّة ذلك التدفق الصادر من المحطات التلفزيونية الفضائية الأجنبية، ووكالات الأنباء العالمية، اعتبارًا من أنَّها لا يهم عندها الإعلام الحر والنزيه، بقدر ما يهمها الربح المادي السريع.

تكمن أهمية دراسة تأثير التدفق الإعلامي الفضائي الأجنبي على السِّيادة الوطنية الجزائرية في وضع تفسير علمي لظاهرة إعلامية سياسية حديثة، تشغل بال الباحثين والمختصِّين في هذا المجال، وخاصَّة باحثي العلوم السِّياسية والاجتماعية، لأنَّ هذه الدِّراسة تدخل ضمن إطار قضايا الإعلام والمجتمع، ومنه تفسير طبيعة تأثير التدفق الإعلامي على السِّيادة الوطنية للدُّول، وخاصَّة الدول النامية التي تفتقد للمقومات التكنولوجية والتقدم العلمي والاقتصادي الحاصل لدى دول الغرب الصناعي، وكذلك كشف العلاقة التي تربط بين ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والسِّيادة الوطنية، على اعتبار أنَّ السِّيادة الوطنية عنصر أساسي وضروري لوجود الدَّولة وقيامها، بل هي أحد أركانها التي لا يجوز التفريط فيها.

إضافة إلى هذا، فإنَّ الباحث في هذه الدِّراسة، حاول كشف التأثير السلبي والإيجابي للتدفق الإعلامي الصادر من القنوات الفضائية الدَّولية ومن وكالات الأنباء الكبرى التي توصف بالعالمية، سواء كانت وكالات أنباء أو وكالات أنباء فيلمية (مصورة)، فضلا عن تأثير محتويات شبكة الإنترنيت على السِّيادة الوطنية، وتبيان علاقة الرأي العام الجزائري بالإعلام الأجنبي ومدى تفاعله معه وارتباطه به.

كذلك تحاول الدِّراسة، التطرق بشيء مفصل إلى نوع جديد من الاتصال، المتمثل في الاتصال الرقمي، في ظل شبه غياب وجود دراسات ونظريات تأسس لهذا النوع الاتصالي الجديد. وبذلك فتح المجال لتوظيف مقتربات ونظريات الاتصال التقليدي أمام

مثل هذه الدراسات الجديدة حسب علمنا. لذلك نهتم في دراستنا بمواقع التواصل الاجتماعي بالتركيز على موقع Facebook كنموذج من نماذج الاتصال الرقمي، خاصة وأنها من بين أهم الخدمات الرقمية التي عملت وتعمل على تغطية نقائص الاتصال التقليدي. وهذا بمساهمتها في الرفع من حرية التعبير وتطور علاقات أفراد المجتمع، مما جعلها همزة وصل بين آلاف الأفراد على اختلاف اهتماماتهم ومواقعهم، وفتحت مجالات أوسع للترفيه والتثقيف والإعلام بالدرجة الأولى، وهذا ما لم نجده في الاتصال التقليدي.

وتدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستكشافية الوصفية، بسبب ندرة الدراسات حول هذا الموضوع في الجزائر خصوصا، وفي الوطن العربي عموما. وعلى ذلك فإن أهمية هذا العمل تكمن في التعرف على المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الرقمي ومكوناتها والأدوار التي يمكن لها أن تقوم بها، والفوائد التي يمكن أن تعود على الأفراد من استخدامها وتوظيفها التوظيف الأمثل في جميع عمليات الاتصال، وما يمكن أن يحصلوا عليه من قيمة مضافة للكم المعرفي لديهم نتيجة هذا الاستخدام، الذي قد يكون واعيا ومدروسا، وقد يكون العكس. خاصة مع اتساع نطاق استخدامها في كافة مجالات النشاط البشري.

ويجدر للذكر، أن هذا العمل على الرغم مما يقدمه من شروحات وعرض للمفاهيم المتعددة المتعلقة بالاتصال الرقمي، إلا أنه لا يعد كافيا لوحده للوصول لمفهوم عميق الاتصال الرقمي، وإنما يعد مفتاحاً لها، وهذا يستوجب معه الرجوع لدراسات وتقارير وأبحاث أخرى تحمل مضامين أكثر تفصيلاً عن المفاهيم العلمية الراهنة، وبذلك تسعى دراستنا لفتح مجال أوسع للبحث والتعمق في مثل هذه المواضيع، لتدارك النقص الملموس والتناول السطحي لهذا الموضوع والمساهمة في التراكم المعرفي.

الفصل الأول

الاتصال الرقمي والإعلام الجديد

I/ ماهية الاتصال الرقمي

II/أثر الاتصال الرقمي على الإعلام التقليدي

III/الإعلام الجديد وإشكالاته

الفصل الأول

الاتصال الرقمي والإعلام الجديد

I/ ماهية الاتصال الرقمي

لقد دخل العالم اليوم في مرحلة جديدة من التطور التقني- التي من المؤكد أنها لن تدوم طويلا حتى تحل مرحلة أخرى أكثر تعقدا- امتزجت فيها نتائج وخلاصات ثورات ثلاث وهي: ثورة المعلومات، التي تمخضت عن انفجارات معرفية مكنتنا من السيطرة عليها والاستفادة منها بواسطة تكنولوجيا المعلومات؛ وثورة وسائل الاتصال الحديثة التي تعتبر أرقى ما توصل إليه العقل الإنساني؛ وشبكة الانترنت، التي تجسد ذلك التلاقي بين مختلف وسائل الاتصال في أوضح صوره. إذ أنه، كلما تجانست المعلومات والوسائط الإعلامية، أصبحت أجهزة الحاسوب جزءا من كل جهاز من أجهزة الإعلام، ولعل الفضل يعود إلى ذلك التلاقي بين الاتصالات والهاتف والحاسوب.

فهذه التكنولوجيا الرقمية أدت إلى تصنيف أشكال الاتصال بناءا على الفروق فيما بين الوسائط، علاوة على ذلك، فقد أثرت في بناء الرسالة وتقديمها واسترجاعها. وعليه، فقد حررت تكنولوجيا الاتصال الإنسان تدريجيا من قيود المكان والزمان، ووسعت دائرة وجوده ليبدو وكأنه موجود في أكثر من مكان وفي الوقت نفسه، وهذا ما يعبر عنه بـ Ubiquity، لتصبح ذات التكنولوجيا مصدرا للثقافة الجغرافية التي جعلتنا لا نشعر بالفرق بين من يحاورنا مباشرة بين من له القدرة على أن يحاورنا عبر آلاف الأميال.[1] فتبادل المعلومات بأشكالها (نصا وصورة وصوت) عبر وسيط واحد،

---

(1) نبيل علي، **العرب وعصر المعلومات**، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، الكويت، 1994. ص90 -91.

أصبح واقعا ملموسا ييسر الاتصال بطريقة متحررة من القيود الزماكانية وبأداء أكثر فعالية وتفاعلية.

1-تعريف الاتصال الرقمي.

مازالت تعاريف الاتصال الرقميDigital Communication محددة بما قدمته إسهامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعريف بالوسائل القائمة على النظم الرقمية، مثل: مواقع website والفيديو، والصوت، والنص، وباقي الوسائل المتعددة المتحركة والثابتة. كما اقترنت بعض التعاريف باستخدام الحواسب والوسائل المتعددة في الاتصال، دون التعمق في الأبعاد الإنسانية والاجتماعية لهذا النمط من أنماط الاتصال.

وهذا أيضا، ما جعل الكثير من الباحثين يركزون في تعريف الاتصال الرقمي على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها، باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه. حيث يتم تبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها وتخزينها وإرسالها واسترجاعها بواسطة هذه النظم في زمن قياسي.

وعليه، فإن مفهوم الاتصال الرقمي، هو أساسا ذلك الاتصال الذي يتم عن طريق الكمبيوتر Computer Mediated Communication، أو الاتصال المدعم به Computer Assisted Communication، أو الاتصال القائم عليه Computer Based Communication، فكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية الاتصال.[1]

وفي هذا الصدد، ومن خلال مراجعتنا لبعض الأدبيات في هذا الموضوع لمسنا نقصا كبيرا في دقة تحديد مفهوم هذا النوع الاتصالي الجديد، فمعظم التعاريف تعاريف سطحية لم ترقى إلى ما أردنا تحديده بدقة في هذا البحث، وعليه استعرضنا مجموعة منها، بصفة انتقائية، منها:

---

(1) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 23.

- تعريف رضا عكاشة على أنه "العملية الإعلامية الاجتماعية التي يتم من خلالها الاتصال الآني عن بعد (لا يرى بعضهم بعضا أو من مسافات بعيدة)، بين أطراف يتبادلون الأدوار (المرسل يستقبل والمستقبل يرسل)، في بث الرسائل المتنوعة واستقبالها (صور رسومات، كلام مكتوب، أصوات مسموعة)، من خلال النظم الرقمية ووسائلها (نص، شريط فيديو، ورق مصور، وأقرص مدمجة)"(1)

لقد حصر هذا التعريف الاتصال الرقمي في أنه عملية إعلامية اجتماعية فقط، وهو تعريف ناقص نظرا لكون هذه العملية أوسع من أن تكون عملية إعلامية اجتماعية فقط.

- في نفس السياق عرفه يونس عرب بأنه "تحويل النصوص والصور التناظرية إلى وحدات رقمية محمولة عبر وسائل الاتصال".(2)

نلاحظ أن هذا التعريف اقتصر على الجانب التقني من هذه العملية، وعليه فهو تعريف محدود بالجانب التقني لهذه العملية.

- كما عرفه Behnaam Aazhang أنه "الاتصال الذي ينطوي على نقل المعلومات من المصدر إلى وجهة ما باستخدام التكنولوجيا الرقمية، من خلال إحالة كل من الرقمين الثنائيين1و0 عبر قناة لاسلكية من خلال تحويل معلومات إلى جهاز استقبال، أي بث المعلومات عبر قناة لا سلكية بواسطة موجات خاصة، ومثل هذا النظام يتطلب كلا من المعلومات ووسائط النقل، أي المزج بين المعلومات والعديد من الوسائط المادية".(3)

---

(1) رضا عكاشة، **تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة**، العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص27.

(2) يونس عرب، **قانون الكمبيوتر**، منشورات اتحاد المصارف العربية، 2001، ص11.

(3)Behnaam Aazhang, **Digital Communication Systems**, Rice University, Houston, Texas, 2010, p 9-10.

اقتصر هذا التعريف على طريقة عمل الاتصال الرقمي أي الجانب العملياتي والتقني من هذا النوع الاتصالي في حين أنه يشمل عدة جوانب أخرى.

ومما سبق، حاولنا إيجاد تعريف دقيق مفاده أن الاتصال الرقمي هو العملية الاتصالية التي تتم عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية، بالاعتماد على ربط جهاز الحاسب الآلي بشبكة الانترنت بخدماتها المتنوعة ويشار إليه بالاتصال الرقمي الافتراضي، والذي أدى إلى التواصل عن طريق الشبكات الاجتماعية على نحو: Facebook وYouTube وtwitter والمدونات ومؤتمرات المجموعات الإخبارية،... الخ.

2- مكونات عملية الاتصال الرقمي.

فرضت التطورات المذهلة في تقنيات الاتصالات الالكترونية الرقمية خلال العقدين الأخيرين، تغييرات عديدة في عناصر العملية الاتصالية التي تشمل المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقي ورجع الصدى، حيث يلخص الباحث Marshall Macluhan الظاهرة بعبارة: الوسيلة هي الرسالة، أي أن اختراع أي وسيلة اتصالية لابد أن يفرض تغييرا في طبيعة المضمون أو المعنى الذي تقوم تلك الوسيلة بإيصاله إلى المتلقي، ومن ثم تكون التأثيرات ورجع الصدى مختلفة أيضا.[1]

ويمكن أن نلمس هذه الحقيقة بوضوح، في ظل المنافسة الشديدة بين المطبوع والمسموع والمرئي، أي ازدحام المشهد الاتصالي بأدوات ووسائل جديدة ومتنوعة تخاطب

(1)Arnie Habrams, Allyn and Bacon, **Multimedia Magic**, London, 1996.

نقلا عن: محمد جاسم فلحي الموسوي ، **اتجاهات إعلامية معاصرة**، مقرر رقم07301 في الفصل الدراسي الأول لمرحلة الماجستير في الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2005-2006.، ص37.

from http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060114-324.html

حواس الإنسان ومدركاته العقلية عبر الوسائط المتعددة، التي تفرض أنماطا من الانفعال والاستيعاب والسلوكيات والاستجابات المتباينة.[1] وهذا ما جعل مكونات الاتصال الحديث تتداخل في وظائفها وأهدافها وهو ما يميز الاتصال الرقمي، مما أضفى عليه ميزة التفاعلية التي كنا نفتقدها في الاتصال التقليدي.

أ- **المرسل: الشبكات (Networks): إن** المرسل في عصر الاتصال الرقمي لم يعد صحيفة أو محطة تلفزيون، ولكنه أصبح شبكات للتواصل الاجتماعي. ولهذا نلاحظ كل يوم حركة نشطة لاندماج الأعمال والتكامل فيما بين شركات البرمجيات وخدمات الانترنت وشركات إمداد المحتوى، كدور النشر والإنتاج الموسيقي والسينمائي، بالإضافة إلى شركات التوزيع وخدمات المعلومات وشركات الاتصالات. وتؤكد بيانات استخدام الانترنت هذه النزعة الاندماجية، التي تصل إلى حد الاحتكار. فعلى سبيل المثال، نجد أن 100 موقع فقط من مجموع مواقع الانترنت تستحوذ على 80% من حجم الطلب (عدد الزوار) في حين تتوزع نسبة 20% الباقية على ملايين المواقع الأخرى.[2]

ب- الرسالة: النص الفائق Hypertext: يعني النص الفائق عند أمين سعيد عبد الغني "ضم عدد لا يحصى من القطع النصية بأكبر عدد ممكن من الروابط، وهذه القطع تسمى عقدا Nods والروابط Linksفي شبكة أفقية".[3]

ويعرفهJay Blotters بأنه "تفاعل وصلات من العناصر النموذجية في موقع ما، وكل عقدة تحتوي على العديد من الروابط التي تربطها بغيرها من العقد، كما أنها

---

(1) جيهان الشناوي، **الكتاب الالكتروني**، مجلة العربي، العدد 446، الكويت، 2000، ص22. نقلا عن محمد جاسم فلحي الموسوي، **اتجاهات إعلامية معاصرة**، مرجع سبق ذكره، ص37.

(2) نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، مرجع سبق ذكره، 2001، ص 22.

(3) أمين سعيد عبد الغني، **وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية**، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 64.

تستطيع الوصول من طرق مختلفة إلى عقد أخرى، عن طريق الوصلات المتداخلة بين الروابط بمجرد النقر على الفأرة أو كلمة من كلمات النص. وهو ما يؤثر على قراءة النص الفائق، الذي يختلف من وقت لآخر ومن قارئ لآخر، بواسطة تفاعلية وحيوية الروابط، أو بإبداع روابط أخرى. فالقارئ يقفز من عقدة إلى عقدة أخرى، وهذا الانفجار (التمدد) في الشبكة هو الذي يمنحها وجودها."[1]

ج- **الوسيلة (الانترنت):** هي وسيلة اتصالية عالمية تتيح ربط نظم الحاسوب ببعضها البعض، سواء منفردة أو نظما مرتبطة ضمن شبكات أصغر محلية أو إقليمية أو دولية. وما يعتبر ابتكارا في الانترنت هو فكرة أن أي مستخدم لحاسوب مرتبط بها يمكنه الوصول إلى المعلومات المخزنة ضمن الحواسيب ونظم التقنية الأخرى، والتشارك مع الآخرين في العمل وفي نفس الوقت. كما أن آلية الوصول غير محددة بمسار اتصالي معين (أي من نقطة إلى نقطة كما في الهواتف بوجه عام)، وإنما بصورة عشوائية. حيث أنه بمجرد طلب عنوان موقع معلوماتي معين يمكن لحاسوب المشترك أن يصل إليه من أي مدخل اتصالي، باعتبار أن كافة المشتركين موجودون على شبكة دولية اتصالية واحدة تتكون من مجموع شبكات لاتصال العامة.[2]

د- **الوسائط المتعددة:** لقد خلقت الثورة الرقمية ممارسات ثقافية جديدة، على مستوى افتراضي غير واقعي، تلعب تقنيات الوسائط المتعددة فيه دورا محوريا. من خلال استفادة مستخدم الحاسوب أو الانترنت كليا أو جزئيا من النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو الحية. إن هذه الوسائط المتعددة، ذات القدرات الهائلة وغير المحدودة تعتبر أحد أقوى الأشكال في نقل الأفكار، والبحث عن المعلومات،

---

(1) أمين سعيد عبد الغني، مرجع سبق ذكره، ص 65.

(2) توم فوريستر، ترجمة مركز الكتاب الأردني، **مجتمع التقنية العالية، قصة ثورة تقنية المعلومات**، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1989، ص 240.

وتجربة الأفكار الجديدة. ونظرا لأهمية هذه الابتكارات التكنولوجية الجديـدة، يمكـن أن نذكر بعض التعاريف لمزيد من التوضيح. منها:

- تعريف محمد جاسم فلحـي بأنهـا "توافـق أو تـزامن في اسـتعمال أكـثر مـن وسـيط إعلامي إلكتروني في الحاسوب. والأنـواع الأساسـية المتاحـة في الوسـائط الالكترونيـة هي: النص المكتوب، والتصوير، والرسـم والصـوت والصـورة المتحركـة، ونقـل هـذه الوسائط على أقراص مدمجة يجعلها وسيطا إعلاميا".[1]

- ويعرفها أيضا بأنها "قدرة المستعمل على الخلط أو التفاعل مع أنواع متعددة كالنص المكتوب والصور والأصوات والرسومات والفيديو، في الحاسـوب، أي بعبـارة أخـرى، الوسائط الالكترونية المتعددة تعني الاستعمال المختلط بين أكثر من وسيلة رقميـة، في تركيبة تفاعلية أو مختلطة أو مندمجة، وربما يكون الجانب الفريـد في الوسـائط الالكترونية هو الاندماج بين أكثر من رسالة، فضلاً عن قـدرة المسـتعمل في الـتحكم في تدفق المعلومات وصياغتها." [2]

وكلا التعريفين يهتمان بالجانب الإعلامـي والمعلومـاتي للوسـائط المتعـددة، وعـلى آلـة واحدة تمثلت في الحاسـوب، في حـين أن الوسـائط أصـبحت الآن تشـمل تقريبـا كـل الوسـائل الحديثة.

- كـما يعرفهـا كـل مـن خالـد زعمـوم والسـعيد بـومعيزة بأنهـا "اسـتخدام ضـمن بـرامج الكمبيوتر: النصوص، والجداول والرسوم البيانية، والصـور، واللـون، والحركـة، والرسـوم المتحركة، والصوت، والفيديو، بشكل متفاعل وبطريقة متناسقة بهدف تقديم مضمون إعلامي قادر على تلبية رغبات الجمهور الإعلامي".[3]

---

(1) محمد جاسم فلحي الموسوي، **النشر الالكتروني**، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعـددة، دار المناهج، عمان، 2005، ص 99.

(2) محمـــد جاسم فلحي الموسوي، **اتجاهات إعلامية معاصرة**، مرجع سبق ذكره.

(3) خالد زعموم، السعيد بومعيزة، **التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها**، ورقة مقدمة إلى اتحاد إذاعـات الدول العربية، سلسلة وبحوث ودراسات إذاعية، العدد61، تونس، 2007، ص55.

لقد اهتم هذا التعريف باستخدام الوسائط المتعددة في الجانب الإعلامي ضمن برامج الكمبيوتر فقط، غير أنها الآن تستعمل في كافة مجالات الحياة وفي كل الوسائل الاتصالية القديمة منها والجديدةّ.

- أما رضا عكاشة فيشير إلى أن الوسائط المتعددة هي: "مجموعة من التكنولوجيا التي تسمح بإدماج الكثير من المعلومات وتفاعلها باستخدام الصور والنصوص والأصوات، لإنتاج ونشر ونقل وعرض واستقبال وتخزين واسترجاع المعلومات بطرق فائقة السرعة والخصوصية."[1]

في نفس السياق، يعبر عن الوسائط المتعددة أيضا، بالوسائط التشعبية Hypermedia تعبيرا عن تشعب الوسائط، أو الوسائط الموحدة uni media تعبيرا عن توحد الكل في واحد، أو الوسائط المندمجة mix media أو الوسائط اللانهائية. وقد أتاحت تقنيات الحاسوب والانترنت تقديم المواد المقروءة والمسموعة والمرئية في آن واحد، فهي وسائط لديها قدر عال من الذكاء الاصطناعي تقوم من خلاله بإعادة تصنيع المادة الاتصالية.

هـ- التفاعلية: Interactivity لقد تعددت تعاريف الخبراء والباحثين لمفهوم التفاعلية بدءا من الاستجابة إلى المثيرات المرئية والمسموعة في الرسالة الإعلامية، إلى سيطرة المتلقي على عملية الاتصال، وهذان الحدان يمثلان التطور في الرؤى الخاصة بأهمية التفاعل في الاتصال.

إن ظاهرة التفاعلية قديمة قدم البشرية من حيث دلالتها التبادلية عن طريق الرموز اللفظية وغير اللفظية، ولكنها اكتست دلالة مختلفة عندما اقترنت بالحاسوب في الوقت الحاضر، وأصبحت الميزة الرئيسة في وسائل الاتصال والإعلام الحديثة. ولعله من المفيد تقديم هذا المفهوم من عدة زوايا حتى تتجلى دلالة المفهوم، لأن تعدد الفروع المعرفية التي تهتم بدراستها وتباين مستويات التركيز وخلفية الباحثين، يسجل غياب الاتفاق

(1) رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص 26.

حول مفهوم واحد للتفاعلية. ولتوضيح هذه النقطة نقدم عينة من هـذه التعـاريف المتباينـة التي تتركز على الوسيلة أو المحتوى أو المستعمل أو على العلاقة بين المرسل والمتلقي:

- التفاعلية حسب Steuer هي "مدى إمكانيـة المسـتعملين المشـاركة في تعـديل شـكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي."[1]

- وبالنسبة ل Debora Shaw فهي "مدى قدرة شخص على الـدخول في معالجـة إعلانيـة بصفة نشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلانية أو المعلنين."[2]

ركز كلا التعريفين على بعد واحد من أبعاد التفاعلية، والمتمثل في بعد التلقي والعلاقة بين المرسل والمتلقي، وهذا تعريف غير كاف للتفاعلية.

- من جهة أخرى، يعرفها محمد عبد الحميد على أنها "الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها، والتي تسمح للمتلقي بـأكبر قـدر مـن المشاركة في عمليات الاتصال، والاختيـار الحـر مـن المحتـوى والخـدمات المتاحـة عـلى شبكة الانترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه".[3]

نرى أن هذا التعريف اهتم ببرامج ومحتـوى الوسـائل الإعلاميـة التـي هـي جـزء مـن العملية التفاعلية، وبذلك فقد أغفل التعريف باقي أبعاد هاته العملية ومكمليها.

- ومن منظور آخر يـرى Fieldman أن التفاعليـة هـي:" مفهـوم آخـر غـير طـرق الوصول والتجول في قاعدة البيانات الالكترونية، إن العملية ترتبط قليلا أو كثـيرا

---

(1)J.Steuer, Defining virtual reality, **dimension determining telepresence, in journal of Communication**, 42-4, 1995, p 73, 93.

نقلا عن: خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص28.

(2)Debora Shaw, **Playing the Links, Interactivity and Stickiness**, First Monday, vol,6nimber 3, march2001,at: URL:http://firstmonday.org/ issuese6-3/Shaw/index.html.

نقلا عن: خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص28.

(3) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 65.

بالسيطرة على البرنامج سواء كانت المعلومات نصية فقط أو مشتركة مع الوسائل المتعددة."[1]

لقد أضفى هذا التعريف بعدا آخر للتفاعلية غير البعد التقني، وهو البعد الفني، إلا أنه يظل تعريفا ناقصا ما لم تكتمل فيه جميع الأبعاد.

- أما Njohajan فيرى أن التفاعلية هي "أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى، لذا فإن التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للانترنت،

فهي ليست مفهوما متناغما، وبعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقرائها"[2]

نرى أن هذا التعريف فصل بين الانترنت ووسائل الإعلام الأخرى بخاصية التفاعلية، كما أقر بأن الانترنت وسيلة إعلامية، في حين أنها وسيلة جمعت بين الترفيه والإعلام والاتصال والكثير من الوظائف الاجتماعية بصفة تفاعلية جديدة، فالتفاعلية تجسدت بصبغة جديدة من خلال الانترنت لأنها كانت موجودة منذ وجود الاتصال الاجتماعي وفي وسائل الإعلام التقليدية وهذا ما غفل عنه هذا التعريف.

- ويقول Kawamoto أن التفاعلية هي "عملية اشتراك الآلة أو الفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومات وعملية المشاركة في المعلومات".[3]

---

(1) نفس المرجع، ص 63.

(2) شريف درويش اللبان، **الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص28.

(3)Kawamoto, K, **Digital Journalism**, Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Oxford, Row man & Littlefield Publishers Inc, 2003, p04

انظر، عباس مصطفى صادق، **التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت**، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 24 نوفمبر 2005، ص10.

اهتم التعريف بطرف واحد من أطراف عملية الاتصال وهو المرسل، غير أن للتفاعلية عدة أطراف أخرى.

- في نفس السياق، تعرفها سعاد بومعيل بأنها "آلية تمكن الفرد من خلال استخدامه لوسيلة اتصالية، مثل: الهاتف النقال أو جهاز الكمبيوتر، بأن يقوم بإرسال أي نوع من الرسائل إلى مصدر معين وأن يستقبل رسائل في نفس الوقت الذي يقوم فيه بإرسال نوع من الرسائل، لذلك فهذه الخاصية تجعل من المشاركين في العملية الاتصالية يتبادلون أدوارهم، وهذا ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأفراد والمؤسسات، وباقي الجماعات.[1]

دمج هذا التعريف بين أبعاد التفاعلية المتمثلة في بعد التقنية وبعد المحتوى وبعد التلقي، مما جعله تعريفا ملما إلى حد ما بمفهوم التفاعلية.

مما ذكر آنفا، نرى أن هذه التعاريف المختلفة والمتباينة تعكس تنوع التخصصات والاهتمامات المعرفية، مما يجعل التفاعلية كمفهوم يعاني من غياب الإجماع حول مدلوله الحقيقي ويلفه نوع من الغموض، هذا من جهة. ومن جهة ثانية، فإن جل التعاريف تتعرض إلى النقد من طرف هذا الباحث أو ذاك، والسبب يعود إلى تركيز كل تعريف على بعد واحد فقط من أبعاد التفاعلية أو أبعاد فرعية، وهي في الواقع متعددة الأبعاد وعدم الاتفاق وارد.

وعليه، يقترح البعض أنه لكي نفهم بناء هذا المفهوم ينبغي أن ندرسه وفق أبعاده المختلفة، مثل بعد التقنية وبعد المحتوى وبعد التلقي...الخ، وهذا ما أوضحه أحد الباحثين بقوله:" عندما نعرف مفهوما من المهم.

---

(1) بومعيل سعاد، فارس بوباكور، **أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد 3، جامعة تلمسان، 3مارس 2004، ص 205.

أن نحدد ما إذا كان يعني شيئا واحدا أم مجموعة من الأشياء المتعددة.-مشكلة تعددية الأبعاد."[1] أي أن نعرف المفهوم وندرسه في سياقه الذي وضع فيه.

إلا أنه على ضوء المفاهيم السابقة للتفاعلية يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين ووردت في أغلب هذه التعريفات:

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي منذ القدم، وميزة جلية لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل كما هو موجود في وسائل الإعلام التقليدية، وإنما مرسل لها في الوقت ذاته وهذا ما يحقق مستوى مرتفعا من التفاعل.
- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في التبادل في وضعية الوجه لوجه، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الانترنت.
- التفاعلية قد تكون تزامنية أوغير تزامنية، فالدردشة مثلا: أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد، أما البريد الالكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد.
- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين، من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.
- سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون

---

(1)Sohn, D,Aand Lee B, **Dimensions of interactivity: Differential effects of social and psychological factors**, journal of computer-mediated communication,10-3, article 6, 2005, From http://jcmc. Indiana.edu/vol10/issue3/sohn.html.

نقلا عن: خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره. ص29.

الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية. علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.

- ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية أي إدراكهم أن الهدف من الاتصال هو التفاعل والاستجابة وليس الإقناع.
- **البيئة:** تشكل بيئة الاتصال في عصر المعلومات مجموعة من المحاولات لتجاوز حواجز المكان عن طريق العولمة، وحواجز الزمان عن طريق الواقع الافتراضي، والحواجز الثقافية واللغوية عن طريق الترجمة الآلية، وهذا ما يعبر عنه بمصطلح التواجد في كل مكان، أو Ubiquity. حيث يشير الـ "عن بعد" إلى إعادة تشكيل الحدود الافتراضية لتسمح بتدفق المعنى وجريانه بسرعة فائقة، أي نقل المعاني والأفكار والمعلومات من أقصى الدنيا إلى أقصاها، في سرعة تعادل الجزء من الثانية، فلا مجال اليوم للحديث عن الحدود والمكان والزمان والواقع بنفس المعايير القديمة.[1]

3- خصائص الاتصال الرقمي.

نظرا لتطور المستحدثات الرقمية وإمكانياتها، فإن نظم الاتصال الرقمي قد تجاوزت الكثير من هذه الفروق والتباينات، وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتسم بها كل أشكال الاتصال الرقمي ومستوياته وأثرت في بناء المفاهيم الخاصة به وبعناصره، ومن خلال استطلاع بعض الأدبيات التي تناولت الاتصال الحديث، استطعنا

(1) جوهر الجنوسي، **الثقافة الافتراضية**، الشركة التونسية للنشر وتنمية فنون الرسم، تونس2006، ص74-75.

حصر بعض الخصائص التي سنعتمد عليها في تحليل الجزء التطبيقي من الدراسة، وهـذا عـلى النحو التالي:

أ-**تجاوز وحدة المكان والـزمن:** مـن الأبعـاد الأكـثر تجديديـة في الاتصـال الرقمـي، تمكـين المتفاعلين ضمن فضائها من تجاوز الاكراهات الفيزيائيـة المرتبطـة بسـياقات الحضـور وطقوس المكان. فقد تخطت الانترنت كل الحواجز الزماكانية، التـي حالـت منـذ فجـر التاريخ دون انتشار الأفكار وامتزاج الناس وتبادل المعارف.[1] أمـا اليـوم فتمـر مقـادير هائلة من المعلومات عبر الحدود على شـكل إشـارات رقميـة لا يقـف في وجههـا شيء. والاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة، لا يحتـاج إلى تواجـد أطـراف عمليـة الاتصـال في مكان واحد. بل إن تطور الأجهزة الرقمية إلى أجهزة محمولة، وفرت إمكانيـة الاتصـال مهما تباعدت المسافات. وهو ما نلاحظه الآن من خلال تقديم الخدمات الإخبارية عن بعد عن طريق أجهزة الهاتف المحمول.

كما أن انخفـاض تكلفـة الاتصـال الرقمـي وانتشـار أجهزتـه، شـجع المسـتخدمين عـلى الاستغراق في تدفقات هذه البرامج لأوقات طويلة[2]. وساعد تطور برامج النصـوص والوسـائل الفائقة على طول فترة الإبحار Navigation بين المعلومات والأفكـار التـي تتضـمنها لأغـراض اكتساب المعلومات أو التسلية. ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقتـه للقـراءة أو المشـاهدة أو الاسـتماع، خصوصـا بعد أن أصبحت شبكة الانترنت مصدرا مضافا لعـرض المـواد الإعلاميـة، التـي تقـدمها وسـائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة.[3]

(1) معلوم أن حاجز الجغرافيا منها ما هو اقتصادي (تكلفة شحن المواد المطبوعة مـن مكـان لآخـر) ومنهـا السياسي(حيلولة بعض الدول دون دخول أفكار وثقافات معينة إلى بلادها).

(2) الاستغراق أو ما يطلق عليه في بعض بحوث الاتصال وعلم النفس إدمان الانترنـت، انظـر، محمـد عبـد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص 277.

(3) نفس المرجع، ص 37.

ومـن الطبيعـي أن يـرتبط اللاتـزامن Asynchronization بأشـكال الاتصـال التـي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطا ضروريـا فيهـا، مثـل: البريـد الالكـتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية. أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة Chat-Talks، أو الاتصـال الآني بالمجموعـاتNews Group والمـؤتمرات Teleconferences، فإن التزامن يعتبر شرطا ضروريا لـه، وإن كـان لا يتطلـب وحـدة المكـان بـين أطـراف عمليـة الاتصال.(1)

ب- **التفاعلية** Interactivity**:** كما سبق وأن ذكرنا، رغم كل الخطابات الممجـدة للتفاعليـة فإن مفهومها مازال غامضا في الوقت الحالي، لأنها ترتبط بعدة مفاهيم ونظريات منها: النظريات الحديثة في الاتصال التي أعادت النظر في نموذج لاسويل 1948: مـن يقـول؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ والذي كان يفترض أن الرسالة تنتقل من مرسـل إلى متلقي سلبي، أي تدفق الاتصال في اتجاه واحد.(2)

أيضا من بين دلالات مفهوم التفاعليـة في ميـدان الاتصـال هـو أنهـا عـلى صـلة وثيقـة بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار، هذا على الأقل، على مستوى بعض خطابات أصحاب السياسة وبعض الأبحاث الأكاديمية.

ووفق هذا المنظور، فان مفهوم التفاعلية يشير إلى الحرية التـي أصـبح يتمتـع بهـا المستخدم في اختيار ما يريد من الوسائل وما يرغب فيه من محتويات وبدون قيود الزمان والمكان. وهذا ما عبر عنـهLucien Sfez بقولـه: "الحريـة تتجسـد عـن طريـق التفاعليـة، الناتجة عن تقدم تقنيات الاتصال، التي تترك للإنسان وللفرد، حرية التـدخل أمـام حتميـة الآلات"(3) وهذه الحرية التي تمنحهـا التفاعليـة، هـي مـا كانـت تفتقـده وسـائل الاتصـال

---

(1) نفس المرجع، ص 37.

(2) خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص26.

(3) نفس المرجع. ص26.

التقليدية المتميزة بالتدفق في اتجاه واحد، وكانت فرص الجمهور لإنتاج المحتويات أو مناقشتها مع منتجيها ضئيلة جدا.[1]

وبهذا فإن دور المستقبل، لا يقف عند حدود التلقي في إطار الاتصال الذاتي بعيدا عن القائم بالاتصال، ولا تكون قراراته في حدود القبول والاستمرار أو التوقف والعزوف عن العملية الاتصالية فقط، لكنه تحول إلى مشارك ومؤثر في بناء عناصر ونتائج عملية الاتصال باختياراته المتنوعة. وهذه التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تمنح المستخدم تأثيرا يمتد إلى السيطرة على المخرجات، والتي أصبحت مطلبا في كل برامج الاتصال الرقمي أو معظمها، طبقا لخيارات زمن التعرض بالنسبة للمتلقي.

ج- **اقتحام الخصوصية:** خلقت ثورة الكمبيوتر قضيتين أخلاقيتين لم تواجه البشرية مثلهما من قبل، الأولى هي قضية الخصوصية، حيث ساعد الكمبيوتر وثورة الاتصالات على سرعة وإمكانية اقتحام الخصوصية في أي موقع وأي زمان، وأصبح هناك صعوبة في الإخفاء والعزلة وسيطرة الشفافية. والقضية الثانية هي المتعلقة بالملكية الفكرية، حيث ساعدت إمكانيات الكمبيوتر على سهولة الوصول والنسخ والسطو على أفكار وإبداعات الآخرين.[2]

د- **التنوع والتكامل**

- **التنوع Variety:** يتوقف استخدام هذه الأدوات على حاجات المتلقي من هذا الاستخدام، مثل الحاجة إلى الاتصال طلبا للشرح والتفسير، أو التعليق، أو تدعيم الآراء ونشرها بين المتلقين أو طلب المساعدة، أو التصويت على الموضوعات أو الشخصيات أو أفكار معينة، أو التدخل بالتعديل أو التغيير في المحتوى المنشور،

---

(1) نفس المرجع. ص 27.

(2) أحمد محمد صالح، **الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء**، سلسلة كراسات غير دورية، مركز البحوث العربية والإفريقية، أسيوط، 2000، ص54.

وغيرها من الأهداف والحاجات الاتصالية للملتقي، ويتجلى ذلك في عدة مظاهر على مستوى كل من:

- المرسل: حيث يمكن أن يكون المرسل شخصا واحدا يتفاعل مع شخص آخر أو عدة أشخاص. مثل: خدمة skype وskype vert
- المؤسسات: يمكن أن تكون شبكة أو مجموعة من الشبكات التي تتفاعل فيما بينها، أو تكون مؤسسات مع مؤسسات أخرى أو مع أفراد. مثلا في الاتصال والوصول إلى المواقع الخاصة بصحف الشبكات ومحطات التليفزيون والراديو.[1]
- الشبكة: و يمكن أن يكون شبكة أو مجموعة من الشبكات التي تتفاعل فيما بينها، أو يكون مؤسسات مع مؤسسات أخرى أو مع أفراد مثل: تعامل محركGoogle أو Yahoo مع مواقع التواصل الاجتماعي facebook وtweeter وyoutube.
- المحتوى: أي تنوع المحتوى الرقمي، على مستوى وظائفه، أو مجالاته، أو مواقعه، أو التنوع في امتداداته وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص والوسائل الفائقة أو مجالاته، أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة، أو الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها.

فلقد تدعم تنوع المحتوى الرقمي بقدرة كل مستخدم على أن يصبح منتجا للمحتوى. وعليه، فيتجلى التنوع من خلال أبسط مظاهره المتمثلة في إرسال رسالة إلكترونية، **أو** تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة. وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية أو الوكيل الإعلامي **Media Agent** الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع، بحثا عن المواد

---

(1) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.

الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره، والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.(1)

- أشكال الاتصال المتاحة: يتجلى تنوع أشكال الاتصال المتاحة في ما يتعلق بالفرد والجماعة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي، الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التليفونية-مودم Modem- في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي أو الكتابيChat أو البريد الالكتروني e-mail أو توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة Small Group Com، من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش Discussion Group، وكذلك الاتصال بالوصول إلى المواقع الخاصة بصحف الشبكات ومحطات التلفزيون والراديو المحلية والعالمية، والاختيار من بينها في المكان والزمان الذي يحدده، بناءا على ظروفه الخاصة وحاجاته.(2)
- الخدمات: توفر شبكة الانترنت خدمات وتطبيقات تفاعلية عديدة، حققت بدورها نجاحا باهرا جعلها تنافس خدمات سابقة وحتى أنها تنافس وسائل إعلامية تقليدية قائمة بذاتها، كالتلفزيون والراديو والصحف الورقية ومن بين هذه الخدمات التفاعلية: نذكر أهمها: المدونات الرقمية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومنتدبات المحادثة الرقمية.
- الجماعة: في الحديث عن هذه النقطة يلزم علينا توضيح ما اختلف عليه الباحثون حول ما أفرزه هذا الاتصال، فمنهم من يرى أنه قد أفرز كيانات اجتماعية رقمية في هيأة جماعات افتراضية- وهذا ما سنتطرق إليه في هذا العنصر. فيما يرى الطرف الأخر، أن هذا الاتصال جزأنا وأصبحنا منفردين وكل منا في عالم خاص- وكلا الرأيين صحيحين لأنه اتصال جمع بين الواقعي والافتراضي وتميز

---

(1) نفس المرجع، ص33.

(2) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.

بما لم يتميز بـه الاتصـال التقليـدي. فمـن جهـة، وعـلى المسـتوى الافـتراضي جمعـت الاتصال الرقمي جماعات افتراضية من كل بلد وعلى تنوع ثقافاتها، ومن جهة أخرى، وعـلى المسـتوى الـواقعي أصـبحنا نعـيش بمعـزل عـن جماعاتنـا الواقعيـة، وأصـبحنا منفردين ومنعـزلين عـما حولنـا بـدون أن نشـعر، لأن الجماعـة الافتراضـية عوضـت الفردانية الحقيقية التي يشعر بها المقربون منا على المستوى الواقعي.

فإذا اتفقنا على أن الانترنت تكون بنية فوقيـة مجتمعيـة **superstuctural** تمتـد فيهـا الكثير من الخطوط العامة التي تميز المجتمعات السـائدة وتعتمـد عليهـا لاسـتمرار وجودهـا، وهي ترث العديد من العناصر الثقافية من المجتمعـات التـي تمتـد عبرهـا، فـإن العديـد مـن علماء الاجتماع كتبوا عن تطور الكيانات الاجتماعية على الانترنت، وتلك الكيانـات تكونـت في هيأة جماعات افتراضية يتم تحاور وتواصل البشر عبرها، وهـذا اسـتدعى مـن علـماء الـنفس والاجتماع التركيز عـلى الكيفيـة التـي تغـيرت فيهـا صـيغ وحـدود الـزمن والفضـاء والمثـيرات الحسية، وكل ما هو مرتبط بأشكال التعبير الإنساني في الحياة الرقمية الجديدة.[1]

فمصطلح المجتمع المحلي الذي كان يتضمن المعاني التالية:

1- مجموعة من الناس.

2- تشترك في تفاعل اجتماعي.

3- بينها بعض الروابط المشتركة.

4- يشـتركون في العـيش في منطقـة واحـدة عـلى الأقـل. تغـيرت شروطـه، وأصـبحت المجتمعات المحلية مجتمعات خاصة، لأنها أخذت شكل الشبكات وهذه الشبكات

---

(1) أحمد محمـد صـالح، **انثربولوجيـا الانترنـت وتـداعياتها الاجتماعيـة والثقافيـة والسياسـية**، دار الهـلال القاهرية، القاهرة، 2002، ص28.

تعتمد على الأرجح على الأفراد بدلا من الاعتماد على العيش معا في الجوار، مدعومة بتقنيات الاتصال الرقمي.[1]

ومن هنا تولد مصطلح المجتمع المحلي المتشابك الخاص. وهو مجتمع تشترك جماعته في ربطة مشتركة واحدة، يتفاعلون مع بعضهم البعض من خلال الفضاء الافتراضي في هيئة جماعات رقمية يتم تحاور البشر عبرها. تمتلك خيالا مشتركا، ويمارسون أيضا أشكالا غير عادية من المرح المشترك، حتى أضحى هذا الفضاء امتدادا لعقولهم وشخصياتهم.

- **الفردية والتجزؤ**: كما سبق وأن ذكرنا، وفي الحديث عن الرأي الثاني الذي يرى أن الاتصال الرقمي نقل تخاطب الأفراد من المرحلة الجماهيرية الواقعية إلى مرحلة الفردانية والخصوصية الافتراضية، أصبح كل فرد يتعامل بوسيلة واحدة دون اللجوء إلى المرافقة والمشاركة الجماعية الحقيقية، ويبحث فقط عن ما يشبع رغباته وحاجاته الخاصة به، ليقضي أوقاته في العالم الافتراضي، من خلال إقامة المحادثات الالكترونية المطولة والمشاركة في شبكات اجتماعية افتراضية كذلك، أو الارتباط بسماع الموسيقى عن طريق الانعزال باستخدام سماعات الأذن الشخصية، أو اللعب بأنواع مختلفة من الألعاب الالكترونية الفردية الخاصة بأذواقه دون مشاركة الآخرين، والإدمان عليها وهذا ما يقضي على التنوع الثقافي ويكرس سياسة البعد الواحدUnidimentialisatio.

ويرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه، بتعدد المواقع التي تقدم المعلومات والآراء والأفكار ذات الطابع الخاص، والتي تتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريبا، وتوفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرا كبيرا من الخيارات، التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام. كما أن تأمين البيانات والمعلومات وسريتها، والتحكم الذاتي self control مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية

(1) نفس المرجع، ص35.

في الاتصال الرقمي، قد وفرا أرفع درجات الفردية، مع المحافظة على الخصوصية في الاتصال، وهو ما يعلي من شأن الفردية individuality ويرفع من قيمتها.[1]

- **التكامل:** يضاف إلى ما سبق أن الوسائل الجديدة تستطيع أن توجد في إطار من التكامل الإستراتيجي فيما بينها. إذ يمكن لنظام الكابل التلفزيوني التفاعلي أن يحتوي على حاسوب من أجل استقبال رسائل قادمة من المنازل. ويمكن أن يحتوي على قناة اتصال مع الأقمار الاصطناعية التي تتيح أنظمة جديدة للاتصال مع قنوات خاصة بالكوابل. ومن أجل المقاربة يمكن القول على سبيل المثال أن هناك شبكة اتصالية بين التليفون والحاسوب والفاكس والفيديو والتلفزيون. ويعني ذلك أن التكنولوجيا الجديدة لم تؤد إلى إيجاد نظام جديد للاتصال فحسب، وإنما أتاحت توظيفا جديدا لوسائل الإعلام التقليدية: راديو تلفزيون وصحافة.[2]

كما تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية، تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه، في منظومة واحدة توفر للملتقى الخيارات المتعددة في إطار متكامل. فالفرد يمكنه أثناء تعرضه لمواد إعلامية أن يختار من بينها ما يراه مطلوبا للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على الأقراص المدمجة Compact Disk أو إعادة إرسالها إلى آخرين بالبريد الالكتروني، وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض ووسائل التخزين في أسلوب متكامل، خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.[3]

---

(1) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 34.

(2) جوديت لازار، ترجمة: علي وطفة، وهيثم سطايحي، **سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري**، دار معد، دمشق، 1995.

From http://www.watfa.net/198.htm, Retrieved: 25-12- 2011.

(3) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 33.

هـ- الاندماج الثقافي: لقد كانت الطبيعة تهيمن وتخضع الإنسان لقواها في مرحلة أولى. ثم بدأت الثقافة مع ظهور الحداثة والحضارة الصناعية في إخضاع الطبيعة، أما اليوم وبسبب ارتباط التطور التاريخي بالتحول التكنولوجي فإننا نعيش نمطا ثقافيا خالصا للتفاعل والتنظيم الاجتماعي.(1)

وأحد ملامح ظاهرة الاتصال الرقمي هو ذلك التداخل الذي أفرزته وفرة وسائل الاتصال وسرعتها في تجاوز الحدود الثقافية، لتلتقي مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية المتزايدة، حيث استطاعت الدول القوية وبأدواتها وخبرتها ونسيجها الثقافي أن تغزو الشعوب الضعيفة، التي تفتقر لقوة الثقافة وأصالة التفكير وروح الثقة بعناصر حضارتها. لتذوب في عناصر الثقافات القوية وتعيش مفتخرة على هوامش المجتمعات المعولمة.

ولا ننكر هنا أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور إيجابي في تنمية الثقافات المختلفة والتعرّف على شخصيات جديرة بالاحترام، وإيجاد قاعدة معلوماتية فكرية معرفية يستفيد منها الأكاديميون وطلاب الجامعات والمثقفون، وكذلك الأطياف الأخرى من فئات الشباب الباحثين عن المعرفة.(2)

- **انتشار اللغات وبروز التيارات الدينية:** بالإضافة لبروز البعد الفكري والثقافي والعادات والتقاليد الاجتماعية للشعوب في محتوى وأهداف هذا الاتصال، يأتي الدين واللغة. فالاتصال الرقمي وسع دائرة بعض اللغات على حساب لغات

---

(1) الصادق الحمامي، **المساءلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات**، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد03، 2005، ص11-12.

(2) مهى البريهي، **مواقع التواصل الاجتماعي والفرقة الاجتماعية**، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد86، ص65.

أخرى.[1] لأن اللغة هي أحد أهم المفردات التي تفرضها الثقافة الاتصالية الراهنة على المجتمعات المستأصلة، لتصبح مفرداتها عنوانا رئيسيا في كثير من العناوين الرئيسية، وتفقد اللغات الضعيفة التي لا تستند إلى ثقافة أصيلة ونسيج ثقافي متماسك وتصبح من اللغات الميتة. فاللغة مفتاح لدخول عالم جديد ومظهر للتقدمية الشكلية، خصوصا عندما تفقد المجتمعات إيمانها بثقافتها وتتنصل من أصالتها هروبا من واقعها المتخلف. لأنها ليست مجرد آلة ووسيلة للتخاطب، وإنما بالدرجة الأولى آلة للتفكير والنقد والتعلم.

خاصة وأن التعلم والاستفادة من اللغات الأخرى لا يمثل خطرا بحد ذاته، بل يشكل منطلقا مهما لزيادة الخبرة والاستثمار في تجارب الآخرين، ولكن الخطورة في الأمر أن تتحول اللغة إلى ثقافة بديلة تحل نفسها في الشخصيات المهزوزة، التي فقدت قابليتها الذاتية وأصالتها الحضارية.[2]

أما بالنسبة إلى الدين فقد برز هذا البعد بشدة، سواء على خلفية بروز التيار اليميني الأصولي المتعصب في الغرب وأمريكا، أو ظهور حالة الخوف من الإسلام islamophobia، خاصة بوجود أصوات متطرفة داخل الدول العربية والإسلامية. حيث يقول Huntington (صاحب نظرية صراع الحضارات) أنه "ما دام الإسلام سيبقى

(1) فقد انتشرت الانجليزية بشكل لافت (80% من المجلات العلمية المحكمة في العالم باللغة الانجليزية، حيث ارتفعت الرسائل المنتجة للتلفزيون والسينما باللغة الانجليزية بنسبة 38% في السنوات الخمس الأخيرة، كما ثبت أنه من بين 31 مليون صفحة تم تصفحها عبر الانترنت في شهر يونيو 2005، كان من بينها 25 مليون صفحة، أي نحو 68% مكتوبة بالانجليزية...) طبقا لتقديرات الأمم المتحدة.
انظر: رضا عكاشة، **مرجع سبق ذكره**، ص 42.

(2) محمد سلام صالح، **العصر الرقمي وثورة المعلومات**، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الهرم، القاهرة، 2002، ص16.

إسلاما، وليس هناك أي شك في ذلك، وما دام الغرب سيبقي غربا، ولا يتوقع أحد أن يصبح الغرب شرقا، سيظل الصراع قائما بينها".[1]

و- **الانتماء والتماهي/التوحد:** تمنح الجماعات الافتراضية للمنتمين إليها معالم تدفعهم إلى تثمين ذواتهم وطمأنتها. فالفرد الذي يفتقد إلى الاعتراف ويعاني من ضيق هامش التبادل، يجد في هذه الجماعات نظراء له يقاسمهم نفس الرغبات والتطلعات على أساس الحميميات المشتركة، باعتبارها تمثل جوهر اللقاء والتبادل. خاصة وأن الفرد يشعر فيها بالتماهي والتوحد مع المجموعة والانصهار فيها، وهذا الانتماء/التماهي يكافئه بمنحه هوية تشاركية تعطيه الانطباع بفائدته، بل بعدم قدرة أعضاء الجماعة الاستغناء عنه، خاصة في اللحظات الصعبة. فالفرد المولع بذاته لم يعد في إمكانه فقط التعبير عن نفسه، بل أصبح في إمكانه تقاسم مشاعره مع الآخرين ضمن ما يمكن أن نطلق عليه "الوحدة الشعورية الجماعية".

فالأنا الفردي يتلاشى تحت ضغط مختلف الذوات الافتراضية التي لا يستطيع أن يتحكم فيها. هذا الأنا ينفلت من دائرة البناء الذاتي والداخلي للفرد، بناء على تمثل النماذج الاجتماعية، حيث يرى Mead أنه" لم يعد الأنا ذلك المجموع المنظم من مواقف الآخرين، والتي ينهض بها الفرد لكنه، على العكس من ذلك، غدا هروبا عن القيام بمهمته التوليفية؛ إنه يحيل في النهاية، على رفض الفرد قبول أناه كما هو، لأن الفرد لم يعد ينطلق من الذوات التي تؤسسه اجتماعيا للوصول إلى أناه الفردية، لكنه ينطلق من خيبة أمل في علاقته بأناه الشخصي، وهو ما يدفعه إلى الهروب في وإلى الذوات الافتراضية."[2] التي كونت ما يسمى بالمجتمعات أو الجماعات الافتراضية التي

---

(1) رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص 25- 26.

(2) الصادق رابح، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، كلية الاتصال جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.ص 08.

عرفها Howard Rheingold في كتابه المرجعي "الجماعات الافتراضية" بأنها تجمعات اجتماعية وثقافية تظهر في الشبكة عندما يكون هناك عدد كاف من الأفراد يشاركون في مناقشات عامة خلال وقت كاف ويضعون من وجدانهم ما يكفي لنسج شبكات من العلاقات الإنسانية في الفضاء السيبرني.[1]

في هذا الصدد، تقوم مفاهيم المجتمعات الافتراضية على التقارب الفكري والمعنوي حول الكثير من الموضوعات والقضايا، التي قد لا يجد المستخدم صدى لها في المجتمع الحقيقي، ويرتبط بهذه المفاهيم الحذر البالغ من التأثير في الثقافات والقيم والعادات والأعراف والمعتقدات، إلا أن هذا الحذر يصطدم بأن المواقع الافتراضية إذ كانت تلبي عددا من الحاجات الثقافية لدى أعضائها أو المنتمين إليها، إلا أن الحاجات الأساسية للفرد لا تلبيها إلا المجتمعات الحقيقية، التي تفرض على المستخدم العودة إليها فكريا وثقافيا لتلبية حاجاته الأساسية والثانوية.

في هذا الصدد، يرى بعض الباحثين "أن العلاقات التي تنسج على الخط تكون باردة، لكنها لا تعني غياب المشاعر القوية، كما يؤكد أن التواصل عبر الشبكة لا يحل محل اللقاءات المادية وإنما هو يكملها"، مضيفا "أن تطور الجماعات الافتراضية يصاحب التطور العام للاتصالات والتفاعلات من كل الأنواع، وأن صورة الفرد المعزول أمام شاشته هي ضرب من الخيال أكثر منها نتيجة لتحقيق سوسيولوجي."[2]

ز- **تشكل الهوية الافتراضية**: لقد غدا ممكنا الحديث إلى الآخرين ومحاورتهم بطريقة تتيح للفرد التكتم التام على هويته الفعلية والحضور غير الجسدي، وتضفي على التبادل صيغة تزامنية. كما أن التبادل الرسائلي يتضمن شكلا من أشكال الحضور

(1)Howard Rheingold, les communautés virtuelles, 1993, p 2.

نقلا عن: شوقي العلوي، **رهانات الانترنت**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص122.

(2) نفس المرجع، 126.

اللاجسدي، وهذا الشكل من التفاعل بالرغم من طابعه التزامني، إلا أن حامله وهو الصوت يفضح شخصية المتحاور، بحيث نعرف من خلال الصوت جنسه وحالته النفسية. وباختصار فإن هناك الكثير من فضاءات التبادل التي تمنح الأفراد فرصة التكتم على انتماءاتهم، إلا أنها تظل دائما محكومة بما يمكن أن نطلق عليه التموقع.(1)

فالاتصال الرقمي لا تحكمه مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي، لأنه يمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي، والتحاور دون أن يكشفوا عن هوياتهم الحقيقية عن طريق التقمص أو استعارة هويات أخرى غير هويتهم الحقيقة بما يتناسب ورغباتهم في تعدد الهويات، وبهذا الانفصام في الهوية تسعى الهوية الافتراضية إلى القفز على محرمات الهوية الاجتماعية، وهذا ما يسمى بِـ "التلاعب بالهويات".

في نفس المضمار، نشير إلى أن مصطلح الهوية الافتراضية لا يحيل، في هذا السياق، إلى هوية متخيلة أو تخيلية، كتلك التي يتبناها المشاركون في الألعاب الإليكترونية الرقمية حيث يتحرك هؤلاء ضمن فضاء افتراضي، ويمارسون أدوارا متخيلة في علاقاتهم التفاعلية مع اللاعبين الآخرين. فالهوية الافتراضية التي تعنينا في هذا المقام، هي الهوية التي تتجلى في المنتديات الحوارية وغرف الدردشة، والتي يفترض فيها أن تكون انعكاسا لهوية حقيقية. لكن الفرد في هذه الحالة، يسعى إلى التلاعب بهويته، بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخيلة هي هويته الفعلية.(2)

---

(1) الصادق رابح، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره، ص 01.

(2)Hamman, R, **The role of fantasy in the construction of the on-line other**, a selection of interviews and participant observations from Cyberspace, 1996. From http://www.socio.demon.co.uk/fantasy.html, Retrieved April 25, 2011.

وفي حقيقة الأمر، أن هذه الهويات الافتراضية لا تبعث في نفس أصحابها الإحساس بالرضا المتعالي، إلا عندما يتم التحاور معهم باعتبارها هويات حقيقية وليست وهمية. وحتى يتحقق هذا الوضع، لا بد لها أن تحرص على عدم الوقوع في التناقضات أثناء عملية التبادل، بحيث تكون أمينة للهوية التي تبنتها. وعليه، فهي تحرص على التناغم بين المستوى اللغوي المستخدم في التبادل والمستوى التعليمي، وعدم التنافر بين الرأسمال الثقافي الذي يتم توظيفه والسن الذي أعلنت عنه الهوية الافتراضية، ذلك أن أي ممارسة مرتبكة أو تفتقد للتناغم، تكون نتيجتها انكشاف الهوية وفقدانها لمصداقيتها في أعين محاوريها. وهو ما يشكّل أحد الإكراهات التي تعيشها الهويات الافتراضية في الفضاء الافتراضي.(1)

وعلينا أن نفترض في هذا الصدد، أن التهويمات الافتراضية التي خلقتها الهويات الافتراضية مقصية ولا يمكن لها أن تجد طريقها إلى التطبيق ضمن الفضاء الاجتماعي الفعلي. ومع ذلك، فإن التحقق الافتراضي لهذه التهويمات في الفضاء الرقمي، يضفي على الأنا بعدا جديدا يمكن أن يدفع بالفرد إلى طرح الكثير من الأسئلة حول حدود

---

(1) يمكن الرجوع في3 هذا الصدد، ومن منظور تفاعلي إلى دراسة:

Verville, D. & Lafrance, J-P, **L'art de bavarder sur internet. Réseaux**,1999 .

From http://unesco.bell.uqam.ca/pdf/publications/P3c_2.pdf, Retrieved May 12, 2011

حول آليات إدارة) الهويات الافتراضية على الانترنت والإكراهات التي تعترضها . كما يمكن العودة بخصوص مسألة تغيير الجنس، المسماة .

- Morfing أو عملية التحول(Métamorphose من صورة إلى أخرى باستخدام تقنيات حاسوبية، يمكن الرجوع إلى:

Derry, M. **Escape Velocity: Cyber culture at. The End of Century**, 1996.22 , 2005. From http://www.levity.com/markdery/ESCAPE/VELOCITY/excerpts, Retrieved May 07, 2010.

هوياته الافتراضية، وبعبارة أخرى، فإن الفرد يجرب الكثير من الهويات الافتراضية، إما بهدف التحلل فيها ونسيان أناه "ذاته"، أو بهدف التفكير بقدراته الإبداعية من خلال هذا النوع الاتصالي الجديد ومع أطراف اتصالية غير التي تعود عليها.

ح- **العزلة والاغتراب:** تعتبر العزلة Isolation أو توحد المستخدم مع جهاز الحاسب من أهم قضايا التأثيرات الاجتماعية للاتصال والتفاعل الرقمي، وأكثر الموضوعات جدلا بين الخبراء والباحثين حول استخدام الاتصال الرقمي. نتيجة خاصية الاستغراق التي يتسم بها استخدام المواقع الالكترونية والإبحار في محتواياتها، ونتيجة لهذا الاستغراق أصبح الكثير من الباحثين يقرون بعزلة المستخدمين وعدم حاجاتهم إلى الاتصال الحقيقي بالآخرين. وظهر بناءًا على ذلك مفهوم الانعزال والاغتراب في وصف مستخدمي الاتصال الرقمي.

فالإشباع اللامتناهي لأنا الفرد في الفضاء الافتراضي، يدفع به إلى الانغلاق ضمن ممارسات افتراضية من جهة، ويطبعه إكراه الذات على استبدال الافتراضي بالواقع وتبني موقف انفصامي وانطوائي من جهة أخرى، إلى درجة أنه أصبح يعتقد أن الحياة خارج الانترنت هي حياة ثانوية . وإطلالة الفرد على الواقع، في هذه الوضعية، لا تتم إلا عبر معدات إلكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيائية والاجتماعية للواقع؛ هذا الفرد الذي تخلَّص من الإكراهات الانثروبولوجية للفضاء في بعده المادي، يصبح، إذًا، في علاقة تبعية للمعدات الاتصالية في تمثُّله للواقع، إلى درجة أن أقل الأعطال التي قد تصيب هذه الأجهزة، وتمنعها بالتالي من أداء وظائفها، تمثل كارثة وجودية بالنسبة له.[1]

فبناء الذات الافتراضية قد تكون، بالنسبة للكثير من مستخدمي الفضاء الرقمي، مخرجا للهروب من الاكتئاب القلق والتأزم الذي يعيشه الفرد المعاصر جراء مجموعة

---

(1)Derry, M., Cyber culture at The End of Century, Escape Velocity, Excerpts.1996, http://www.levity.com/markdery/Escape/Velocity, Retrieved May 22, 2012, from

من الحتميات، وهذا ما ينعكس في الاهتمام المعتبر المولى من طرف بعض الأدبيات الإنسانية والاجتماعية، لكن ما يهمنا في هذه الدراسة هو تبيان أن وحدة هذا الفرد وعزلته تساعدنا على فهم خصائص النشاط الاتصالي الرقمي الحديث. فغرف الدردشة أو المجموعات الإخبارية، تعيد إقامة الصلات الاجتماعية التي أقصتها المسافة والبعد؛ وهي تعطي الانطباع للمستثمرين فيها بحضور ما ينتشلهم من الوحدة التي يعيشونها.

إنها تمثل بالنسبة لهم نافذة يطلون منها على فضاء يشبعون فيه رغبتهم في التبادل. لأن إن ما تبحث عنه هذه الفئة من المستثمرين بكثافة في الانترنت، هو تجاوز الإكراهات الحياتية والتمكن من إبعاد شبح الوحدة واستبداله بوضع يلائم رغباتها الخاصة. وعوض أن يكون اليأس بديلا عن تحقيق هذه الذات، يمكن للمستخدم بالقليل من الاستثمارات والجهد، بناء ذات أكثر تناغما وتماثلا مع رغباته، وذلك من خلال آلية الذوات الافتراضية؛ التي لا تجد مرجعيتها، بطبيعة الحال، في الواقع الاجتماعي.

وبالرغم من أن هذا الانجذاب والتفاعل نحو المجتمعات الافتراضية، إلا أن بعض الدراسات النفسية أظهرت أن تعظيم استخدام الاتصال الرقمي يقلل من المساندة الاجتماعية، ويزيد فرص الاكتئاب والوحدة ومعظم الناس يستعملونه بغرض التحاور والبريد الالكتروني، وليس فقط لعزل أنفسهم في تلال المعلومات الالكترونية. ووجدوا علاقة مباشرة وعكسية بين مستوى استعمال الاتصال الرقمي ومدى النشاط الاجتماعي والسعادة. ودراسات أخرى أثبتت أن استعماله في الحقيقة يتوسع ويثري العوالم الاجتماعية لمعظم المستخدمين، وفي معظم حجرات الدردشة والحوار، تضيف البرامج المتعددة الوسائط البعد المرئي الذي ينشيء وهم الحركة والفراغ، ويسمح للناس أن يعبروا عن هويتهم ظاهريا إلى حد ما، فقط من خلال كلمات مكتوبة، والنتيجة عالم جديد تماما للتعبير عن الذات والتفاعل الاجتماعي.[1]

(1) أحمد محمد صالح، **الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء**، مرجع سبق ذكره، ص56-57.

ط- الإدمان: إن الحد الفاصل بين إيجابية وسائل الاتصال الحديثة أو سلبيتها يتحدد وفقا لطبيعة الاستعمال وإذا ما كان في الحدود الطبيعية أم إدمانًا، فالإدمان لا يقتصر على تعاطي مواد لها تأثير معين على الجسم، وإنما هو حالة الاعتمادية وعدم الاستغناء عن شيء ما، والشعور بالحاجة إلى المزيد لحصول الإشباع.

وإذا أردنا معرفة تأثير استخدام تقنيات الاتصال على السلوك الاجتماعي والعلاقات الأسرية فلا يمكننا إصدار حكم عام، فالأمر يعتمد أساسًا وبالدرجة الأولى على حجم ووقت الاستخدام، وفي نظر عالمة النفس الأمريكية Kimberly Young وهي أول من اهتم بإدمان الإنترنت، فإن استخدامه لأكثر من 38 ساعة أسبوعيا هو مؤشر على الإدمان.

فمدمن الإنترنت أو من يسرف في استخدامها غالبا ما يسيء هذا الاستخدام، ويكون أكثر عرضة للانجراف في المواقع الإباحية، وعلى أية حال فإنه يسعى لتأسيس حياة منفصلة له في هذا العالم الافتراضي يهرب فيها من واقعه كما هو حال "المدمن" بشكل عام، وهذا يؤثر على واقعه ويجعله أكثر تعقيدًا وبرودة، ويفاقم مشكلاته الاجتماعية والأسرية، وأخطر ما في الأمر هو أن وجود العالم الإلكتروني الممتع الذي يهرب إليه يفقده الرغبة في إحداث تغيير أو تحسين حياته الحقيقية فتزداد سوءًا كلما ازداد إدمانًا.(1)

ولقد أثبت عدد من الدراسات في الوطن العربي أن نسبة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي بلغت، 90% من مجموع مستخدمي الانترنت، ويقف في المرتبة الأولى موقع facebook وأن نسبه إهدار الوقت فقط تصل إلى أكثر من ست ساعات كحد متوسط، وهي ترقى إلى درجة الإدمان، حيث يفقد المتعاطون خاصية التواصل الأسري مع أفراد أسرهم داخل المنزل، وخاصة الآباء مع أطفالهم، وبالتالي يؤثر تأثيراً

---

(1) البيان، **وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على الأسرة.**
From http://www.albayan.co.uk/article.aspx?id=497, Retrieved: 10-02-2012

ملحوظاً في عمليات التوجيه والتربية، ناهيك عن عملية الإشراف على ما يقوم به الأبناء من مشاركات، ومع من يتعاملون، ومنها- على سبيل المثال- المواقع التي تتيح لهم فرصة اللعب عبر الألعاب الممتعة والمثيرة بالنسبة لهم، والتي تصل في مداها إلى أيام بل وأشهر للوصول إلى النصر المزعوم عبر مسيرة هذه اللعبة بما فيها من سلبيات، حيث تمرر داخل هذه الألعاب أفكاراً تهدم العقيدة وتروج للقمار وتشوه صورة الإسلام في ألعاب القضاء على الإرهاب، حينما يكون الهدف مجرماً يرتدي ملابس عربية وتدور المعركة في أزقة وشوارع ذات ملامح عربية، بما فيها من مساجد ودور عبادة تزرع في ذهن المراهقين صورة سيئة عن دينهم، وتنمي لدى أمثالهم من الغربيين والأوروبيين صورة نمطيه حاقدة وممسوخة.(1)

4- وظائف الاتصال الرقمي.

يتم توظيف الاتصال الرقمي كاتصال اجتماعي لإشباع حاجات مستخدمي الشبكة وتحقيق أهدافهم، خاصة وأن نظام المعلومات في الاتصال الرقمي يؤكد لدى الفرد موثوقية هذا النظام وصلاحيته، إلا أنه لم يحسم بعد ما إذا كان الانفجار المعرفي ووفرة المعلومات هي التي تقف وراء مستحدثات الاتصال الرقمي وتطورها أو العكس، المهم أن استخدام الخدمات الرقمية بالشكل الحسن، يلبي لمستخدميه عدة إشباعات تعليمية ومعرفية، ترتبط في كثير من الأحيان بتنمية وتعزيز ثقافة المستخدم وقيمه، واستنادا إلى ما ذكر سالفا والى ما تم التطرق إليه من دراسات وما تم ملاحظته من الجانب التطبيقي حوصلنا مجموعة من الوظائف لهذا الاتصال الحديث على النحو التالي:

أ- **الإعلام:** بجانب المواقع الإعلامية المعروفة التي أفرزها الاتصال الرقمي، تقوم الآلاف من المواقع الأخرى بتقديم معلومات حول الوقائع والأحداث العالمية، في

(1) مهى البريهي، مرجغ سبق ذكره، ص65.

إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هـذه المواقـع. وهـذا مـا نلتمسـه جليـا في مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعتبر تفسير Melvin Dafleur وRokitche لاعتماد الجمهور عـلى وسـائل الإعـلام، مجالا تطبيقيا مميزا لتأثير الاعـتماد عـلى المواقـع المتاحـة عـلى شـبكة الانترنـت، حيـث أنهـم يفترضـون قيـام علاقـة الاعـتماد عـلى دعـامتين رئيسـيتين، تتمـثلان في حاجـة الجمهـور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبـار نظـام الإعـلام نظـام معلومـات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف.[1]

فلقد أثبتت التجربة الخاصة بأحداث11سبتمبر وغـزو أفغانسـتان والعـراق والثـورات العربية -باعتبارها أحداثا تتزايد فيها درجات الصراع ومستويات التغيير-، تزايد اعتماد الأفـراد على الاتصال الرقمي ومواقعه المختلفة وبصفة خاصة الإعلامية، باعتبارها مصدرا للمعلومـات يسهل للأفراد بناء أفكارهم وترتيبها وتأكيدها وتدعيمها.

وبالتالي، ووفقا وفقا لنظريةDemocratic Participant Theory التي ترى الحد مـن المؤسسات الإعلامية الضخمة، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع في ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال، من خلال تعدد وتنـوع المصـادر الإعلاميـة الضـخمة، بعيـدا عـن السيطرة الرأسمالية والاحتكارات وتأثيرات التمويـل الإعـلاني-، تسـهم هـذه المواقـع في تنميـة المشاركة الديمقراطية بشكل ملحوظ، لم توفره أي وسيلة اتصالية قبلها.

ب-**التعبئة الفكرية:** تعطي سهولة وسرعة الاتصال الرقمي ووفـرة معلوماتـه القـدرة على القيام بتعبئة أفكار الكثير من فئات المستخدمين، وهذا ما يجعل المسـتخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفايـة المعلومـات والغمـوض النـاتج عـن ذلـك، وتسهم هذه الوفرة في الإدراك الكافي للأحداث وتفسيرها وقراءة ما بين سـطورها،

(1) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 257.

بجانب مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها، أو التحول عنها خصوصا في أوقات الأزمة أو عدم الاستقرار.

كما يلعب الاتصال الرقمي دورا هاما في استخدام الحاسب في التعليم سواء التعليم الفردي، خاصة مع انتشار المفاهيم الخاصة بالتعلم القائم على الكمبيوتر. ففي دراسة إحصائية شملت 1000 شخص من الولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا وألمانيا وسنغافورة وهونغ كونغ، أوضحت الإحصائيات أن حوالي 50 % من عينة البحث قد أجابوا أنهم مدمني معلومات، و75% منهم أوضحوا أن الكمبيوتر والانترنت والمعلومات الالكترونية ستصبح إدمانا للكثير في القرن القادم، أما الآباء الذين شكلوا نسبة 55 % من عينة البحث، فقالوا أن أولادهم قد أصبحوا باحثين عن المعلومات كهواية مفضلة لهم نتيجة للوسائل التي أصبحت بها المعلومات متاحة بسهولة وبأسلوب ممتع وشيق.[1]

ج- **تدعيم التأثيرات الوجدانية والسلوكية:** تتبلور التأثيرات الوجدانية والسلوكية من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف والمقاومة، خصوصا بين الفئات التي تجتمع فيها نفس الخصائص أو المصالح المشتركة، وهذا يظهر في فترات التوتر وعدم الاستقرار والأزمات. وهذا ما رأيناه من خلال ما نشر بين مستخدمي facebook وtwitter والمدونات، وغيرها من خدمات الاتصال الاجتماعي الرقمية حول أحداث تونس، لتنتقل العدوى إلى مصر تلتها ليبيا ومعظم البلدان العربية، من خلال فيديوهات ونصوص التحريض والتعبئة ضد الأنظمة العربية.

د-**التسلية والترفيه:** إن مفهوم نظام المعلومات في الاتصال الرقمي لا يقف على تدعيم الاتصال بالغير ومعرفة الأخبار وتفسيرها فقط، ولكنه يمتد ليشمل التسلية

(1) انترنت شوبر، **هل أنت مدمن على الانترنت**، الجزء الثالث، ص26.
From www.Addict @T4S.Com, Retrieved: 05-02-2012

والترفيه أيضا، باعتبارهـا أحـد الحاجـات والأهـداف التـي يسـعى المسـتخدم أو الزائـر لتحقيقها وهي كلها من وظائف الاتصال الرقمي. فوسائل الاتصال الاجتماعي الرقميـة بمختلف أنواعها، توفر جانبا هاما من التسلية والترفيه، في ظـل الوجـود المحـدود لمثـل هاته الخدمات في وسائل الاتصال التقليدية. فهي تعتبر فضـاء للهـروب مـن المشـاكل، وفضاء للاسترخاء والتنفيس العاطفي وملءَ لوقت الفراغ، زد عـلى ذلـك الحصـول عـلى المتعة الثقافية والجمالية.

هـ- **التفاعل والتعويض الاجتماعي:** بظهور الاتصال الرقمي زادت فرص الحـوار والتواصـل الإنساني بين البشر عبر الفضاء الافتراضي، بصفته بيئة متعددة الجوانب ومعقدة بقـوة، نشأت من أشـكال لا يمكـن تخيلهـا مـن الحيـاة الرقميـة، وظهـرت كيانـات اجتماعيـة مفترضة لم تكن موجودة في السنين القليلة الماضـية. فظهـرت بـذلك مفـردات إنسـانية جديدة وأشكال وصيغ حديثة في الحياة الرقمية، في هيئات جماعات رقمية يتم تحـاور البشر عبرها.

ومن أبرز هـذه الفضـاءات مواقـع التواصـل الاجتماعـي، التـي شـكلت أرضـية للانـدماج والتفاعل الاجتماعي وتسهيل تكوين العلاقـات الاجتماعيـة، مـن أجـل اكتسـاب تبصـيرات حـول ظروف الآخرين والتماهي معهم واكتساب حسن الانتماء، وبذلك نيل بديل عن المرافقة في الحياة الحقيقية، وبصفة خاصة عند المراهقين الأكبر سنا، لأن المعروف أنه كلما تقدم المراهـق في السـن قل عدد أصدقائه. والعلاقـات الافتراضـية أصـبحت مصـدرا خطـيرا يـؤثر عـلى العلاقـات الأسريـة والزوجية والاجتماعيـة. ويمكـن القـول، أن هـذه العلاقـات تشـتمل عـلى العلاقـات المبنيـة عـلى الصداقات المرتبطة بغرف الدردشة المختلفة أو مجموعات الأخبار، والتي تحـل محـل الصـداقات الحقيقية والعلاقات الأسرية والزوجية. ففي إحصـائية عـلى1000 شـخص مـن الولايـات المتحـدة الأمريكية وانجلترا وألمانيا وسنغافورة وهونغ كونـغ، أوضـحت الإحصـائيات أن حـوالي 50 % مـن

عينة البحث أكدوا أن أطفالهم أصبحوا يفضلون الكمبيوتر والدردشة على الانترنت عن الخروج مع ذويهم وأصدقائهم.[1]

وبذلك يمكن القول أن الاتصال الرقمي، نجح في توظيف رغبة الإنسان الدائمة في الهروب من الواقع بمشكلاته المختلفة، إلى دنيا التخيل والافتراضات، فيحقق في الخيال ما يعجز عن تحقيقه في الواقع وهذا ما أطلق عليه الحقيقة التخيلية أو الواقع الافتراضي.[2]

فمن خلال ما أفرزه الاتصال الرقمي من واقع لا تحده قيود أو تعقيدات، أصبح بإمكان الجميع الفصح عن مكنون قلوبهم، لأنهم يشعرون في الوقت نفسه بأن فضاء الواقع يضيق عليهم وأن فضاء الافتراضي هو الحل. والبعض يفسر ما يحدث في تلك الغرف بأنها هي المكان الذي يستطيع فيه الإنسان العربي أن يتحدث فيها مع نفسه بصراحة، لقول ما لا يستطيع قوله مع الآخرين. ويفسر بعض المراقبين ذلك بأن العرب لديه نوع من الإحباط والكبت الجنسي الذي يمكنه تفريغه عبر الانترنت، كما أن بعض العرب يشعرون بالتخوف والتشكك إزاء بعضهم وهم لا يستطيعون التعبير عن ذلك على أرضية الواقع فيظهرونه عبر الفضاء الافتراضي.[3]

و- **التعبير الحر:** يوفر الاتصال الرقمي، خدمات متعددة وفضاءات واسعة لحرية الرأي والتعبير، في ظل انعدام مثيلاتها في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، وهذا رغم عمليات الحجب والرقابة على الكثير منها خاصة في الدول العربية

---

(1) أنترنت شوبر، مرجع سبق ذكره.

(2) هو علم هدفه تعريض الإنسان لسلسلة من الانفعالات والأحاسيس، عبر حساسات ومؤثرات، تقوم بنقل الإشارات الكهربائية وردود الأفعال من والى الكمبيوتر، يجعل المرء يعتقد أن ما يراه ويسمعه ويشعر به هو حقيقة وليس وهما، انظر، أحمد محمد صالح، **أنثربولوجيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية**، مرجع سبق ذكره، ص135.

(3) أحمد محمد صالح، **أنثربولوجيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية**، مرجع سبق ذكره، ص137.

بفعل دكتاتورية السلطة فيها، لكن في الفترة الأخيرة كانت خدمات الاتصال الرقمي خاصة منها facebook وtwitter والمدونات سببا في زوال هاته الأنظمة ولم تفلح سياسة القمع والحجب معها.

لأن ثقافة الاتصال الرقمي لا توجد فيها ثقافة سرية كالعديد من الثقافات، وحرية التعبير والنقاش فيه مكفولة للجميع، حتى أصبح للاتصال الرقمي دور بارز في قلب صراعات السلطة من خلال ما وفره من خدمات، لأن التأثير السياسي لهذه التكنولوجيا، أو أي تكنولوجيا أخرى يعتمد على ثلاثة عوامل أولها التصميم التقني للتكنولوجيا نفسها، ثانيا طريقة وهدف استعمال التكنولوجيا، ثالثا البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تنتشر فيها تلك التكنولوجيا، فمن خلال هذه العوامل استطاع الاتصال الرقمي قمع الديمقراطية وأيضا تمكن من تنميتها وترقيتها.[(1)] فحماية حرية التعبير عامل قوي في التنمية البشرية وفي فتح أبواب تقاسم المعلومات والمعرفة، وهذه الشفافية تساهم في استقرار المحيط الاقتصادي وفي بناء وإصلاح الثقة الضرورية لازدهار دائم للأنشطة الإنسانية.[(2)]

في نفس السياق، ارتبطت استخدامات خدمات الاتصال الرقمي ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، بالحديث عن الهوية والتمرد على المجتمع للفت الانتباه أو تأكيد الذات، خاصة عند الشباب، لأن هاته المرحلة العمرية تتميز بتحولات نفسية وجسدية، تجعل الشباب غير متوازن نسبيا. ومن ثم عرضة للتقلبات التي قد تكون مفاجئة. ويكون هذا الأمر كافيا كي يجعل الشاب يحاول لفت انتباه الآخرين إلى وضعه وتميزه،[(3)] وهذا بالفعل ما نلاحظه من خلال الإبداعات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي.

---

(1) نفس المرجع ، ص44.

(2) اليونسكو، من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة، التقرير العالمي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، فرنسا، 2005، ص46.

(3) عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص269.

ز- **العيش في عالم رمزي:** إن الانترنت تمثل عالما رمزيا يقترب أو يبتعد من الواقع المعاش، ومن ثم فإن تأثيرها قد يظل في هذا المستوى، ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبنفس الشكل والمضمون، فالانترنت ظاهرة رمزية والفرد يتعامل مع محتوياتها من خلال رمزية النص والصورة والفيديو، لأن هناك جاذبية ملازمة بين الواقع المعاش والعوامل الرمزية المحيطة، أي مستوى آخر من هذه الحقائق المعبر عنها لغويا أو عن طريق الرموز أو الصورة. فاللجوء إلى العالم الرمزي قد يكون تلقائيا أو رغبة في الإفلات من الواقع المعاش، والعودة إليه يفرضها الوجود (المكان والزمان)، أما الاتصال الرقمي فهو فتح باب الخيال والتأمل للمستخدم ومعايشة عوالم متعددة غير مطروحة في واقعه، وقد يكون المستخدم واعيا معظم الوقت بأن هذا العالم ليس بالضرورة حقيقة، وقد يخلط بين العالمين ولكنه يقبل ذلك شعوريا أو لا شعوريا بحكم أنه يلبي عددا من احتياجاته إلى حين.[1]

5- ظواهر الإقبال على وسائل الاتصال الرقمية الاجتماعية.

لقد انصرف الناس إلى متابعة الأخبار والأحداث عبر هذه المواقع، في وقت لزم فيه الإعلام الرسمي الصمت بادئ الأمر، ولم تجد أي جهة رسمية أو شعبية مجالا لتبيان موقفها سوى اللجوء لقنوات التواصل الاجتماعي. من هنا نقف عند عدة ظواهر نتجت عن الإقبال المفرط على وسائل الاتصال الاجتماعية تلك، ومنها:[2]

- اعتماد المؤسسات الرسمية في بث رسائلها على وسائل التواصل الاجتماعي، ضمانا للوصول إلى أكبر شريحة مجتمعية، وحذت حذوها مؤسسات الإعلام.

---

(1) نفس المرجع ، ص270.

(2) وجدان فهد، **المغردون الجدد**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية، ص31.

- الإقبال المتزايد على متابعة حسابات بعض الشخصيات القيادية كالوزراء ومسؤولي المؤسسات الرسمية والمنظمات الأهلية والنشطاء، لمعرفة مواقفهم والتحاور معهم بشأن ما يحدث عالميا، ومحاولة التأثير في قراراتهم.
- استخدام آلية العمل الممنهج على هذه المواقع بدلا من أن يكون مجرد نشاط عابر، فالكثيرون فضلوا استقطاع جزء كبير من وقتهم وجهدهم الذهني، مستفيدين من إتقانهم لاستخدام التكنولوجيا وامتلاكها إلى جانب إتقان اللغة الأجنبية، لاستدرار عطف الرأي العام العالمي في تبني قضيتهم، وفي مقابلهم سعى أشخاص آخرون إلى عرض الحقائق المتعلقة بالحدث وتفنيد الصورة السلبية عنها.
- انتشار ما سمي بالصحفي المواطن، نظرا لتوفر آلات التصوير في كثير من الهواتف المحمولة، تحول من بيده جهاز إلى صحفي ميداني ينقل مشاهداته ويوزعها بعيدا عن مقص الرقيب، وأسهمت كثير من هذه الأفلام في كشف جرائم ارتكبت بحق الإنسانية.

كما طفت على السطح ظاهرة إنشاء حسابات وهمية وبأسماء مستعارة علىfacebook وtweeter لممارسة التضليل الإعلامي والتشهير ونسج الشائعات. فقد بات facebook عالما لا حدود للتعبير، ووجد المغردون على tweeter فضاء للبوح بما يصعب قوله عبر القنوات الرسمية.

6- علاقة الاعتماد بين الاتصال الرقمي(مواقع التواصل الاجتماعي) والمبحوثين.

تمر هذه العلاقة بعدة خطوات تتمثل في ما يلي:

- الخطوة الأولى: قيام الفرد بنشاط انتقاء خدمة معينة من خدمات الاتصال الرقمي، متوقع أن الاستخدام سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر، حيث تعتمد توقعاته على:
  - تجارب وخبرات سابقة.

- علاقة الفرد بالآخرين.
- أثارا ومعلومات يحصل عليها الفرد من وسائل الإعلام.

- الخطوة الثانية: وتعني بدرجة الاعتماد على المحتوى، حيث تختلف باختلاف عوامل محددة منها:
  - الأهداف الشخصية.
  - الوضع الشخصي والاجتماعي.
  - التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من هذا المحتوى.
  - سهولة الوصول إلى المحتوى.
- الخطوة الثالثة: حيث يعد عنصر الاشتراك فيها عنصرا أساسيا، فالأفراد الذين أثيروا معرفيا وإدراكيا وعاطفيا في المرحلة الأولى والثانية، يتوقع تعارضهم لدرجة اندماج ومشاركة أكبر تؤهلهم للمشاركة في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض.
- الخطوة الرابعة: وفيها يكون الأفراد والمشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات الأكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام مما ينعكس على اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكهم.

وهذا الاعتماد الذي تتشكل ملامحه من خلال المراحل السابقة تنشأ عنه بعض الآثار منها:

أ- الآثار المعرفية: وتتمثل في كشف الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب أولويات الاهتمام، اتساع المعتقدات والتأثير في القيم.

ب- الآثار الوجدانية: وتتمثل في التعرف على أثار الاتصال الرقمي على المشاعر والعواطف وقياس هذه الآثار ومنها الفتور العاطفي أو اللامبالاة اتجاه المحتوى، الخوف والقلق وأخيرا الدعم المعنوي والاغتراب.

ت- الآثار السلوكية: وتتمثل في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التنشيط أو الخمول أو عدم النشاط وتجنبا القيام بالفعل.

II/أثر الاتصال الرقمي على الإعلام التقليدي

بعد ظهور الاتصال الرقمي وخدماته المتنوعة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، التي شكلت فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى لمستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر للمستخدمين، وأوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال. لذلك حاولنا في هذا المبحث معرفة أثر الاتصال الرقمي على وسائل الإعلام التقليدية من خلال إبراز الأبعاد الجديدة، التي ظهرت في العملية الاتصالية وغيرت ملامحها المعروفة منذ مدة طويلة.

1-إعلام تفاعلي ومتعدد الاتجاهات

إن الاندماج بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات تشترك فيها الانترنت بالعديد من الخصائص والصفات الجوهرية المتعارف عليها في وسائل الإعلام الجماهيرية، من حيث وظائف الإعلام مما جعل الإعلام أكثر تدويلا من خلال الانتقال الحر للمعلومات، كما ارتبطت الخدمات المباشرة له ارتباطا وثيقا بالانترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة الوظائف، مع إضافة جديدة هي أنها أصبحت جهازا إعلاميا متفاعلا. بمعنى أنه لا يكتفي من يستخدمها بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المنشورة، بل يمكنه أن يتحاور معها، ويحدد بنفسه ما يريد من معلومات ويطرح وجهة نظره أمام الآخرين. بفضل تقنيات الوسائط المتعددة التي ميزت الخدمات الرقمية، وهذا ما جعل جل وسائل الإعلام التقليدية تتخذ لها مواقع داخل الشبكة العنكبوتية، بشكل تنافسي ليس فقط للمحافظة على جمهورها، بل لجذب جمهور جديد وعريض من كافة أرجاء المعمورة. كما أن تقنية

الوسائط المتعددة ساعدت وسائل الإعلام الالكترونية في التحرر من شكلها التقليدي الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداعي؛ وقادته نحو المزيد من الاهتمام بالمتلقي والتفاعل معه.

حيث تقوم على اعتبار أن الفرد هو العنصر الرئيس في هذه المنظومة، وبالتالي تمنحه القدرة على التفاعل والتشارك المعلوماتي والاجتماعي. فهذا التحول نحو أن يكون الإنسان هو أساس الشبكة النفعية أسهم في تغيير مفهوم الويب بكامله. و جعل الإنسان عنصرا بنائيا في تلك الشبكة بدلا من أن تستمر وضعيته مستهلكا أو منتفعا بخدماتها.[1]

وهكذا نقلت خاصية التفاعلية مستخدمي الانترنت من حقبة استهلاك المحتوى الإعلامي إلى حالة الإنتاج. كما تحول نمط التدفق الإعلامي من نمط التدفق في اتجاه واحد One to Many إلى نمط التدفق المتعدد الاتجاهات Many to Many. بعبارة أخرى، فهو" نمط جديد يضاف إلى أنماط التوزيع التقليدية، وإلى نمط التوزيع حسب الطلب. وهو نمط يسمح بتوزيع كل من المحتوى المهني (الذي تمثل قضية حقوق الملكية الفكرية قضية حيوية بالنسبة له)، بالإضافة إلى ذلك المحتوى الصادر عن المستخدمين والذي يتراوح إنتاجه ما بين النص العفوي وتقنية الفيديو الصادرة عن الكاميرات الرقمية رخيصة الثمن".[2]

ولا شك في أن هذا يعني فيما يعني أيضا تحول المستقبل الإعلامي تاريخيا باتجاه الإنترنت، باعتبارها الوسيلة التي تقدم منافذ إعلامية ذات قدرة على الاستمرار والصمود، مع رخص التكلفة من ناحية، وارتفاع الإمكانيات من ناحية ثانية.

---

(1)Source: internet world stat-www.internetworldstat.com copyrights; miniwatts marketing group, 2011. Retrieved 05/06/2012

(2)Ibid.

2- **ظهور مفهوم المواطن الصحفي أو منافذ الأخبار الجديدة.**

يشير مصطلح صحافة المواطن أو الصحافة التشاركية أو الصحافة الشعبية أو الصحافة القاعدية "Grassroots Journalism"، إلى مجموعة من الأشخاص- مـواطنين- يلعبـون دورا أساسيا في عملية جمع وتحليل وتوزيع وتصنيف وصياغة الأخبار والمعلومات.

وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح صحافة المواطن وإعـلام المـواطن قـد شـاع في الأدبيـات المتعلقة بدراسة سوسيولوجيا العمل الصحفي، وهو مصطلح يشير إلى المبادرات التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام، من أجل تعزيز ودمج مستخدمي وسائل الإعلام وخاصـة الإلكترونيـة في مجال صناعة الأخبار. وقد ركزت الدراسات الأولى عـلى كـون صـحافة المـواطن تمثـل بـديلاً للصحافة المهنية التقليدية أكثر من تركيزها على وسائل دعم كل منهما للآخر. وأجريـت عـدة دراسات وصفية حول إعلام المواطن وظاهرة التدوين وتأثيرهما المفترض على الصحافة المهنية.

وبالرغم من أن هذه الدراسات قد كشفت عن وجود نماذج بديلة للنمـوذج المتبـع في الصحافة التقليدية والقائم على التوجه الرأسي من أعلى إلى الأسفل في صـناعة الأخبـار، فإنهـا، أيضًا، كشفت عن تأثير صحافة المواطن وصحافة المدونات على الممارسات المتبعة في الصـحافة المهنية التقليدية[1].

كما أسفرت هذه الدراسات عن الدعوة لتغير المنطق الأسـاسي لصـحافة المـواطن، والتراجع عن النظر إليها على أنها تشكل تهديـدًا للصـحافة المهنيـة التقليديـة، بـالأحرى فهي تمثل شكلاً جديدًا من العمل الصحفي وتعبيرا عن توجـه جديـد في عـالم الصـحافة

(1)Paulussen, Steve, Ugille, Pieter, **User Generated Content in the Newsroom**: Professional and Organizational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture (University of Westminster, London), 2008 Vol. 5(2):24-41.

والإعلام، وعن رغبة متزايدة من قبل الجمهور في المساهمة في صناعة الإعلام والأخبار.[1]

ويجدر التذكير بأنDan Gillmor كان قد أشار إلى هذا المفهوم وأهميته في 2003، في كتاب له بعنوان: نحن وسائل الإعلام: الصحافة الشعبية من الشعب وإلى الشعب. وخلاصة كتابه مفادها ما يلي: "لم تعد الأخبار محاضرة، بل أصبحت محادثة".[2]

ومنذ ذلك التاريخ، ظهرت عدة تيارات تدعو للاهتمام بهذه الأنواع الجديدة من الأشكال الصحفية، وإلى إحداث تغييرات جذرية في الممارسات الصحفية والإعلامية المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية، وضرورة تخلي الصحفيين عن سلطتهم المطلقة في التعامل مع كل مراحل إنتاج المضامين الصحفية والإعلامية، والسماح بمشاركة المستخدمين في بعض مراحل هذه العملية سواء في عملية إنتاجها أو إداراتها. وأن تتخلى الصحافة عن الصورة التقليدية لتدفق الأخبار والمعلومات، وأن تتبنى توجه أفقيا من أسفل لأعلى، لاستيعاب المضامين التي يوفرها الإعلام الجديد، مع البحث عن سبل جديدة لزيادة مساحة الاستفادة المتبادلة بين وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتعزيز التعاون بين الصحفيين المحترفين والمستخدمين الهواة[3].

ومن الأمثلة البارزة على ذلك، تفجيرات أنفاق القطارات بلندن في يوليو 2007، حيث أغرق مواطنون شاهدوا الحدث بصورهم شاشات التلفزيون بأعداد هائلة من الصور والتسجيلات. كما تلقت قناة الإذاعة البريطانية BBC أكثر من 6500 رسالة الكترونية مرفقة بلقطات الفيديو، تصور انفجارا في مستودع للنفط في Bonsfield،

(1)Paulussen, Steve, Ugille, Pieter, Op-cit , p 24.

(2) أحمد عبد اللي، **استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011، ص 150-151.

(3)Paulussen, Steve, Ugille, Pieter, Op-cit , p 41.

حيث زار موقع BBC يوم حصول الانفجار حوالي مليون قارئ لمشاهدة الصور وأفلام الفيديو.[1]

كما مثلت كل من تفجيرات لنذن2005 ومؤتمر الدول الصناعية الثمانية في Scotland، فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، فبينما كانت وسائل الإعلام الرئيسة تغطي المؤتمر، كان الجمهور العادي يحرر نشرات أخبار وينشر صورا في شبكة الانترنت في Scotland لتغطية مؤتمر الثمانية الكبار.[2]

ومن نماذج صحافة الجمهور أيضا، الموقع الكوري الإخباري ohmynews.com، الذي تقوم فكرته على إزالة الوسيط بين القارئ والصحيفة، أي إلغاء وظيفة المحررين والصحافيين. ليكون بذلك القراء هم من يحررون الأخبار والمقالات وهم من يقرؤونها ويقيمونها. تحت شعار: " الصحافيون ليسوا فصيلا فريدا من البشر، أي مواطن باستطاعته أن يكون مراسلا".[3]

وبهذا أصبح إعلام المواطن أو المواطن الصحفي جزءا أساسيا ودائما من العملية الإعلامية. فلم يكتف منتجو الأخبار الجدد من توزيعها على وسائل الإعلام التقليدية فقط، بل اتجهوا إلى إنشاء ما يشبه مؤسساتهم الصحفية أو الحيز الذي ينشرون من خلاله أخبارهم، مثل المدونات والمنتديات وYouTube ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالنظر إلى أهمية هذا النوع الإعلامي، فقد اتجهت وسائل الإعلام التقليدية إلى تشجيع واستقطاب مساهمات المواطنين الإخبارية بمختلف أنواعها.

---

(1) أحمد عبد اللي، مرجع سبق ذكره، ص 150-151.

(2) نبيح أمينة، **تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانعكاساتها على حرية الصحافة في البلدان العربية**، دورية المعيار، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، العدد27، قسنطينة، 2011، ص357.

(3) نفس المرجع، ص357.

3- ظهور إعلام أسلوب الحياة

في إطـار دراسـاتWeb 2.0، أشـار تقريـر مؤسسـة Price Waterhouseإلى أسـلوب جديد من الأساليب الإعلامية المتمثلة في Life style Media أو"إعلام أسـلوب الحيـاة". وهـذا يشير إلى موجة جديدة من أنماط الإعلام تعبر عـن الخـبرة الإعلاميـة الشخصـية ضـمن سـياق اجتماعـي. ولقـد جـاء في تقريـر نـادي دبي للصـحافة لعـام 2006 أن المسـتخدمين الإعلاميـين النافذين الذين يتفاعلون مع الشبكات الاجتماعية على Web 2.0، يطلبون منتجـات إعلاميـة تسمح لهم بزيادة القيمة المستفادة من المحتوى الإعلامي المتنوع ضمن وقت الفراغ المحدود المتاح لديهم.[1] وهذا يدل عـلى أن مرتـادي الشـبكات الاجتماعيـة المختلفـة والمتعـددة لهـم مشارب عدة واهتمامات مختلفة، وبعضهم يـرى أن هـذه الاهتمامـات لا تجـد لهـا التغطيـة الكافية التي تلبي كافة الاحتياجات والأنشطة والموضوعات التي يقومون أو يهتمون بها، وهو ما يدفعهم لتقديم محتوى يخصهم وحدهم، وربما يمكنهم نقله لغيرهم.

في هذا السياق، يوضح الخبراء أن هذا النمط من الأنماط الإعلامية وفق هذا التوضـيح، يتسم بسمتين هامتين. تتمثل أولاهما في أنه يعطي المستخدم القدرة على اكتشـاف أو تقـديم محتوى جديد؛ وتتمثل ثانيتهما في أنه يتيح للمستخدمين اختيار كيفية توزيـع هـذا المحتـوى. ومثل هذه النشاطات الخاصة بالمستخدمين – سواء أكانوا مجموعـة علـماء أم مجموعـة مـن الساسة أصحاب وجهات نظر جديدة أو كانوا مجرد جماعة رفاق، تقدم لهم خيارات جديـدة تندرج ضمن دائرة اهتماماتهم وتمكـنهم مـن تحديـد طريقـة قضـاء الوقـت المحـدود المتـاح لديهم.[2]

(1)Source: internet world stat-www.Internetworldstat.com ...Op-cit

(2)Ibid.

4-تراجع فرص التعتيم.

سبق وأن أشرنا إلى مدى تأثير المرحلة ما بعد التفاعلية على الإنترنت كوسيط إعلامي، وما ارتبط به من توسيع نطاق إنتاج المحتوى الإعلامي. والقيمة المضافة الجديدة في هذه المساحة أن فرص التعتيم على هذا المحتوى صارت بعيدة المنال، أو على الأقل صعبة.

فمن ناحية، يمكن القول بأن إخراج الإصدارات الإعلامية الجديدة تحت اسم جهة لا صلة لها باتجاه أو تيار خاص، يجعل من المستحيل منع أو حجب هذه الإصدارة الإعلامية من دون التأثر بالتعامل مع الموقع الكبير، الذي جعلت فرص التعتيم فيه هذه المهمة أقرب للاستحالة العملية. وخير دليل على ذلك، خبرة التعاطي الأمني مع ظاهرة الإرهاب الخطيرة، والتي كشفت عمق هذه الأزمة، حيث انتقلت المواجهة من جهة حظر المواقع إلى مساحة أخرى، من الصعب فيها مواجهة الأمر بسبب انتقاله إلى مساحات المواجهة عبر قنوات المدونات من جهة، وقنوات استضافة الفيديو الرقمي من جهة أخرى.[1]

ومن ناحية ثانية، فإن الجيل الجديد من المدونات على سبيل المثال يستوعب تقنية تصدير واستيراد المحتوى، أي أن منع موقع ما من مواقع المدونات سيعني إمكان انتقال هذه المدونة بنفس محتواها القديم إلى موقع آخر بنقرة واحدة. وهو ما يقف حائلا دون إمكانية المنع أو الحجب. وهذه الإمكانات تستند لمنطق تحويل الإنترنت إلى قاعدة بيانات وهو ما أشار إليه الخبراء في الحديث عن Web 3.0.

ومن ناحية ثالثة، فإن تحول الإنترنت باتجاه قواعد البيانات سيجعل من الصعب السيطرة على محتواها، وبخاصة مع تزايد الاتجاه نحو إنتاج المزيد من التطبيقات التي تعتمد

(1) يمكن على سبيل المثال مراجعة كم الفيديو المرتبط بأسامة بن لادن على موقع You Tube للتدليل على حجم هذه القضية، بالإضافة للمدونات الخاصة بالجماعات المنشقة المختلفة في الغرب ومن بينها الجيش الجمهوري الأيرلندي ومنظمة الباسك.

لغة Mashups التي تجمع البيانات المخزنة بصورة مستقلة، لكن تدمجها مع بعضها البعض في آليات عرض قائمة على ما يقارب مناهج نظم الخبرة المعروفة في تصنيف وعرض البيانات.[1]

ولابد من التأكيد على أن الاتجاه لتحويل الإنترنت نحو نمط قواعد بيانات يستند على لتوفر عدة تقنيات، قد تجعل ثمة إمكانية نقل الأخبار والمعلومات التي يراد لها التعتيم لأي فرد أو جماعة بشرية، بل ويقدمونها معززة بأدلة صوتية وفيديوهات تكسبها المصداقية، وتصنع بمرور الأيام اسما تجاريا مشهورا يكون له درجة عالية من المصداقية التي تزاحم مصداقية المؤسسات الإعلامية المهنية.

5-جعل مستقبل الإعلام التقليدي بين المنافسة والمصداقية.

يمثل التطور التكنولوجي جوهر تطور وسائل الإعلام، وتنوع التأثيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية الناتجة عنها. ويشير تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية إلى أنها اعتمدت في تطورها على تطور تكنولوجيا الاتصال بدءًا باختراع الطباعة وظهور أولى أشكال الإعلام القديم، وصولا إلى الاتصال الرقمي وتجليات الإعلام الجديد. ولم يكن تأثير التطور التكنولوجي مقصورا على مجرد توفير أقنية جديدة أو تيسير وصول المحتوى الإعلامي إلى قطاعات أكبر من الجمهور، ففي واقع الأمر هو أن التكنولوجيا في كل مراحل تطورها كانت تؤثر في محتوى وسائل الإعلام.

ولقد دخلت ممارسات إعلامية جديدة في منافسة مع وسائل الإعلام التقليدية، ومع بث القنوات الفضائية وشبكات الكابل، وكذلك تلك المواقع الإذاعية الشهيرة الموجودة على الخط، بالإضافة لمواقع الصحف البارزة. وأبرز مساحات المنافسة تتمثل فيما نراه من المدونات والفضاءات الخاصة التي توفرها المواقع الكبرى، ويضاف إليها محطات إذاعات الإنترنت الخاصة. أيضا، مواقع بث الفيديو مثل: You Tube،

(1)Source: internet world stat-www.Internetworldstat ,...Op-cit

والمنتديات، ومواقع التواصل الاجتماعي، فضلا عن استمرار الشكل البدائي لما بعد التفاعلية المتمثل في القوائم البريدية والمواقع المجانية. فهذه الصور التنافسية الجديدة بدأت تحد من درجة مصداقية البث التقليدي، ووفرت سبلا هزت مصداقيته من خلال وسائل ملموسة من المحتوى الإعلامي تصل إلى درجة التوثيق المرئي عبر تقنيات الفيديو.

6-تطور خريطة تدفق العمل الصحافي.

يمكن القول بأن عملية التحرير الصحافي في المؤسسات الصحافية الورقية أو الإليكترونية كانت تتم وفق المتسلسلة التالية:[1]

- التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع والمتابع) أما المفاجئ فلا يخطط له، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات أو من أرشيف المحرر الصحفي الخاص به.
- جمع المعلومات من المصادر المختلفة البشرية والوثائقية.
- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفي.
- مراجعة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة واستكمالها، ووضع خلفيات للحدث يمكن من خلال الضغط على كلمة معينة داخل النص استدعاء مواد أخرى ذات صلة بالخبر المنشور وذلك حال الصحف الإلكترونية.
- تقييم المادة الصحفية المكتوبة والمصورة وتحديد صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسؤول، أو غيره حسب خط سير النص الصحفي داخل الوسيلة المعنية بالنشر.
- تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة التي سوف تصاحب الموضوعات أو تنشر بمفردها.

---

(1) ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، **فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات**، السحاب للتوزيع والنشر، 2004. ص56.

- اختيار البناء الفني للنص الصحفي: أي تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها (مقال – تحقيق- خبر – حوار- تقرير- فلاش - ساحة حوار).
- التحرير والمراجعة النهائية للنص الصحفي المحرر.
- التقييم النهائي وتحديد أولويات النشر.

غير أن تغير الأنماط الإعلامية جعل هذه المراحل الخاصة بالعمل الإعلامي المهني الكلاسيكي تقليدا مهنيا ربما لن يصمد كثيرا أمام المتغيرات الإعلامية المرتبطة بضرورة ملاحقة الحدث Online. وقد سبق أن أشرنا إلى أنماط الإنتاج الإعلامي الخاصة بمفهوم المواطن الصحافي، والتي يمكن الإشارة إليها سريعا فيما يلي[1]:

- مشاركة الجمهور المتلقي.
- المواقع الإخبارية والمعلوماتية المستقلة.
- المواقع الإخبارية المتخصصة ذات المعالجة الناضجة.
- المواقع الإعلامية التي تشارك أصحابها في إنتاج محتواها أو تطوعوا لإنتاجه.
- الأنواع المختلفة من الإعلام الارتجالي أو المسمى Thin Media (المجموعات البريدية والنشرات الإخبارية).
- المواقع الإذاعية الشخصية.

ويختلف إنتاج المحتوى من وسيلة لأخرى من هذه الوسائل، ولا شك في أن المواقع الأكثر نضجا في إنتاج محتواها الإعلامي قد توكل عملية إنتاج هذا المحتوى لمتطوع ذو خبرة يقترب كثيرا من هذه التقاليد، وربما كان بعض المواقع المندرجة تحت لافتة غير ناضجة يصدره من له خبرة بالعمل الصحافي، مثل الكثير من المدونات العربية التي يصدرها صحافيون ينشرون بها ما لا يجد طريقه للنشر في الصحف العادية.

---

(1) فاطمة فايز، **خصائص المعالجة الصحافية**، وحدة البحوث والتطوير بشبكة إسلامOnline، رؤية مقارنة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإليكترونية، تقرير غير منشور، سبتمبر ، 2007.

7- وفرة محتوى الاتصال الرقمي التفاعلي.

إن مقــدار المعلومــات المخزنــة عــلى الإنترنــت صــار يقــدر ب Terabyteولــيس بGigabyte، وهذا قدر ضخم جدا من البيانات. ولنا أن ننظـر إلى الفلسـفة الإعلاميـة التـي تحكم العالم الإعلامي، الذي نقبل عليه والذي سيدلنا على أن حجم المعلومات التـي ننتظرهـا في المستقبل سيكون فلكيا إن صح التعبير، بـالنظر إلى الاتجـاه نحـو تحويـل كـل مسـتخدمي الإنترنت إلى منتجين للمحتوى الاتصالي، ولنا أن نتخيل تنوع هـذا الكـم الـذي يـتراوح مـا بـين المحتـوى المعلومـاتي السـياسي أو الاقتصـادي أو الاجتماعـي أو الثقـافي أو الـديني، بالإضـافة للمحتوى المعبر عن النشاط الاقتصادي التجاري والتسويقي والدعائي غـير المعلومـاتي. ويمكننـا أن نضيف إليه الجانب الترفيهي الهائل، سواء منه ما كان مجانيا أو اقتصاديا.

فهذه المؤشرات كلها، تدلنا على حالة قوية من حـالات السـيولة التـي تنتظرنـا، والتـي سيكون فيها من العبث الاستمرار في إنتاج المعلومات بـدون التوقـف للحظـات لتقـويم هـذا المحتوى، وتصنيفه، وإنتاج ما يراعي الاحتياجات الفردية لمستخدمي الاتصال الرقمي.

ويختلف إنتاج المحتوى من وسيلة لأخرى من هذه الوسـائل. ولا شـك في أن المواقـع الأكثر نضجا في إنتاج محتواها الإعلامي قد توكل عملية إنتاج هذا المحتوى لمتطـوع ذي خـبرة بالعمل الصحافي، مثل الكثير من المدونات العربية التي يصدرها صحافيون ينشرون بهـا مـا لا يجد طريقه للنشر بالصحف العادية. غير أن العمل العفوي غالبا ما يكون مهيمنا على العمل المندرج تحت مفهوم صحافة المواطن، ولكنه مع ذلك يحظى بمصداقية معتـبرة، ولعـل درجـة الإقبال على المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وقت الكوارث الطبيعية والأزمات السياسية لخير دليل على ذلك.

III/الإعلام الجديد وإشكالاته.

لقد أضعفت الانترنت بيروقراطية الدولـة لصـالح القـوى السياسـية وهيئـات المجتمـع

المدني، من خلال قضائه على احتكار المعلومات، وتوفيره لوسائل اتصال ونضال جديدة لا يمكن التحكم فيها. فظهور الإعلام الجديد إعلان عن بداية تحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات أو صبغها بصبغة خاصة تخدم الجهة المالكة، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الإرسال، حيث أصبح المرسل مسيطرا على رسالته الإعلامية، قادرا على تقديمها دون وسيط أو تدخل أو صياغة من طرف الهيئات الإعلامية، كما يشمل هذا التحرر حرية الاستقبال.[1]

ومن معالم هذا العصر أن بات الحاضر ماضيا والمستقبل حاضرا، وهو ما يتطلب بالدرجة الأولى استيعاب تحديات المرحلة الحالية والقادمة. حيث يعد الإعلام الجديد الجيل الرابع في الإعلام، وهو مما لا شك فيه قد شكل معالم مرحلة جديدة في مسيرة الأمم، فمصادر المعلومات باتت متعددة، وسرعة انتشار الأفكار عالية، وبنظرة فاحصة لحجم مشاهدي ومستخدمي الإعلام الجديد، يمكن إدراك حجم التأثير جراء خدمات الاتصال الرقمي، فموقع youtubeعلى سبيل المثال يبلغ عدد زواره ملياري زائر يوميا، وtwitter أكثر من 100 مليون مستخدم.[2] أما Facebook فيمثل الموقع الأول من حيث الاستخدام في العالم ويشارك فيه 200 مليون مستخدم منهم 64 مليون ناشط حسب إحصائيات2011.[3]

ما يعني، أن الاستمرار في رسم سياسات إعلامية لوسائل الإعلام التقليدية لن تجدي نفعا في مواجهة الأخطار التي أوجدتها إمكانات تأثير الإعلام الجديد، خاصة في ظل ضعف وعي المتلقي، وهو ما يتطلب إعداد إستراتيجية فاعلة للمواجهات القادمة في

---

(1) حسين عبد الجبار، **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة، عمان، 2011، ص88.

(2) عبد الله مغرم، **ما بعد الإعلام الجديد**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية، ص50.

(3) هاشم الجاز، Facebook : أداة للتعبير أم التغيير.
From http://www.sudantv.net/newsdeatails.php21-03-2011, Retrieved:18, 12, 2011.

الإعلام الجديد. خصوصا وأنه يمتاز بتكاليف إنتاج منخفضة مقارنة بوسائل الإعـلام التقليديـة، وهو ما يعزز من دخول أفـراد المجتمـع كنـاشرين، بعـد أن كـان امـتلاك وسـائل الإعـلام بيـد الحكومات والمستثمرين.(1)

فإقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي يُعد تمرداً على وسائل الإعلام التقليديـة التي لا تواكب التطور الاجتماعي، مع افتقارها لوسائل الترفيه التـي تتخـذها وسـائل الاتصـال الحديث مدخلاً لها لإشباع حاجات مستخدميها، بالإضافة إلى توفر حرية التعبير فيها وإثارتهـا للعديد من القضايا التي لا يتناولها الإعلام التقليدي.

والعديـد مـن الدراسـات تشـير إلى أن وجـود أعـداد مـن الوسـائل التـي جـاءت بهـا تكنولوجيا الاتصال الرقمي تتفاعل مـع بعضـها الـبعض، لا يمكـن بـل ولا تسـتطيع أن تسـبب تغييرا اجتماعيا أو سياسيا. ولكن حينما تصبح نوعية الحياة سـيئة وينـتشر التـوتر الاجتماعـي والسياسي، وحينما تصبح قوى التغيير راغبة وقادرة على استخدام الآفاق التـي يتيحهـا الإعـلام الجديد، بهدف تغيير الأوضاع الاجتماعية والسياسية، حينئذ يمكن لهذه الوسـائل الجديـدة أن تمارس تأثيرها في الخطاب العام.(2)

وهذا بالفعل ما أحدثته وسائل الإعلام الجديد، والدليل على ذلك قفز عدد مستخدمي تلك الوسائل بسرعة كبيرة، وهو ما لم يتحقق بمثل تلك السرعة لأي وسيلة اتصـال أخـرى مـن قبل. "ففي غضون عشر سنوات كان معدل انتشار الإنترنيت قد بلغ نسبة تزيد على 40% من إجمالي عدد السكان في كل من ماليزيا وإيران وتركيا والسعودية والمغرب".(3)

---

(1) عبد اللـه مغرم، مرجع سبق ذكره، ص50.

(2) حمـدي حسـن أبـو العينـين، **الإعـلام الجديـد في العـالم الإسـلامي" إشـكالية الثقافـة والتكنولوجيـا والاستخدام**"، دار الورسم للنشر والتوزيع، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعـاصرة، العـدد1، 2012، ص18.

(3) نفس المرجع، ص18.

1- الخلفية التاريخية للإعلام الجديد.

تتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة. فبعض ممن تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد مثل: John Pavlik يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والانترنت، وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاما الماضية. وباحثين آخرين مثل: Richard Davis و**Diana Owen** فيريانه من خلال ظهور بعض الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت نماذج الإعلام القديم، كبرامج الحوارات التلفيزيونية Talk show والبرامج المتنوعة والحية لقناةMTV الموسيقية، وهي برامج غيرت شاشة التلفزيون بشكل انقلابي، دون إغفالهما لدور التكنولوجيا الرقمية وظهور الانترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام، ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد.[1]

والبعض الثالث نظر للإعلام الجديد ضمن حالتين: الجديد مقابل القديم، تماما كما يوحي التعبير نفسه بين التماثلية والرقمية بين مرحلة ما قبل الانترنت ومرحلة الانترنت. حيث يعود GittlemanوBingera بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف في حوالي 1740، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام التي ناقشها مؤتمر Médéa in Transition Conférence المنعقد بمعهد Masochists الأمريكي للتكنولوجيا.[2]

---

(1)Richard Davis, Diana Owen, **New Media and American Politics**, oxford University Press, New York, 1998, p09.

نقلا عن: صادق عباس مصطفى، **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، 2007، ص 03.

(2) صادق عباس مصطفى، **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**، مرجع سبق ذكره، ص03.

2- تعريف الإعلام الجديد.

لقد تعددت تسميات الإعلام الجديد بعدد تعاريفه، ولعـدم تبلـور خصائصـه النهائيـة بعد، بين "الإعـلام الرقمـي" لوصـف بعـض تطبيقاتـه التـي تقـوم عـلى التكنولوجيـا الرقميـة، و"الإعلام الشبكي الحي" بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها مـن الشـبكات. كـما يطلـق عليه تعبير "الوسائط السيربرونية" من تعبير الفضاء السيبروني. ويطلـق عـلى الإعـلام الجديـد أيضا صفة "إعلام المعلومات" للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهـور نظـام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها. كما يطلـق عليـه "إعـلام الوسائط التشعبية" لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضـها بوصلات تشعبية، كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الإعلام "إعلام الوسائط المتعددة" لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

في نفس السياق، يعرفه lester بأنه "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولـدت مـن التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليديـة للإعـلام، الطباعـة والتصـوير الفـوتغرافي والصـوت والفيديو."[1]

ويعرفه Jones على أنه "مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الالكتروني، الذي أصبح ممكنا باسـتخدام الكمبيـوتر كمقابـل للإعـلام القـديم -إلى حـد مـا- وغيرهـا مـن الوسائل الساكنة. ويتميز الإعلام الجديد عن القـديم بخاصـية الحـوار بـين الطـرفين، صـاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعـلام الجديـد والقـديم ذابـت، لأن القـديم نفسه أعيد تكوينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه."[2]

(1)Paul Martin Lester, **California State University**. From http: //commfaculty. fullerton.edu/lester /curriculum/ newmedia. html. , Retrieved: 05, 11, 2012.

(2)Steve Jones, **Encyclopaedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology**, Sage Publications, 2002.

أما الصادق الحمامي فيعرفه بأنه "يمثل منظومة- يمكن في هذا الاتجاه القول أن هناك ثلاث منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت. المنظومة الفردية- الجمعية (مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، منتديات الحوار، البريد الالكتروني، الدردشة، مواقع wiki pedia)، المنظومة المؤسساتية (مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية، الجمعاتية، الحكومية)، المنظومة الإعلامية (المواقع الإعلامية والإخبارية)- تواصلية جديدة تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة.[(1)]

ويحيل الإعلام الجديد حسب Dovey وآخرون إلى أن هذا الأخير "ظاهرة متعددة الأبعاد، كما أن استخداماته الاصطلاحية تتسم بالتنوع الشديد، ولعل المعنى الأكثر ارتباطا بالإعلام الجديد يتعلق ببعد الجدة والحداثةnewness كمقابل لبعد القدم، وعلى هذا النحو يحيل مصطلح الإعلام الجديد إلى معنى الحركة من إعلام قديمold media إلى إعلام جديد، أي من حالة إلى حالة أخرى تتجسد في حركة خطية للزمن يلغي فيها الجديد القديم. وهكذا يتصل مصطلح الإعلام الجديد بمهنة التجاوز والقطيعة بين إعلام الماضي وإعلام المستقبل، وفي بعض الأحيان إلى معنى النهاية (فناء الإعلام القديم) والولادة (إعلام جديد).[(2)]

كما يعرفه إياد الدليمي بالقول: "أنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (facebook و twitterوYouTube) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية

نقلا عن: عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة**، مرجع سبق ذكره، ص06.

(1) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مرجع سبق ذكره، ص03.

(2) الصادق حمامي، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال، تونس مصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، جامعة القاهرة، ص 02.

الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع".(1)

يضيف صادق عباس تعريفاً آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي (Media Digital) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما, أو للإشارة إلي أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكومبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media) طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة".(2)

وفي نفس المضمار، تعد دراسة عباس مصطفى صادق "الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، من أبرز المجهودات الملمة في هذا المجال حيث يعرفه في هذه الدراسة على أنه: "الإعلام الرقمي لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر، ويطلق عليه الإعلام التفاعلي، طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين، وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة".(3)

ونتيجة للتباين والاختلاف في تعريفات ومفاهيم الإعلام الجديد رغم أنها تصب في بوتقة واحدة، نستنتج مما ذكر سلفا، أن علاقة التكنولوجيا الحديثة للمعلومات

---

(1) محمد المنصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"**، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012، ص62.

(2) صادق عباس مصطفى، **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**، مرجع سبق ذكره، ص 182.

(3) نفس المرجع، ص03.

والاتصال بالإعلام، تثير مسائل عديدة تتعلق بالأبعاد التقنية وبأنماط التواصل الجديدة، والناتجة بدورها عن التملكات الاجتماعية للتقنية، المشكّلة داخل سياقات تواصلية تاريخية واجتماعية وثقافية. والإعلام الجديد وجه من الوجوه المتعددة لهذه السياقات التواصلية في زمن تكنولوجيا الاتصال الرقمي.

وبهذا يبدو استحالة وضع تعريف شامل للإعلام الجديد لعدة أسباب، منها أن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية، من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، لأنها ما زالت في حالة تطور سريع، وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناءا على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف كامل للإعلام الجديد.

إلا أنه يمكننا القول أن الإعلام الجديد، هو بأنه جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية المتجددة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية، تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال.

3- معطيات وسائل الإعلام الجديدة.

إن ظهور الإعلام الجديد هو نتاج لعملية تقارب بين الوسائل السمعية البصرية والمعلوماتية (الحاسوب). والتي يقسمها كل من G.Eymery وF.Balle إلى مجموعتين هما:[1]

- المجموعة الأولى: هي التكنولوجيا التي ظهرت حديثا، والتي أدت إلى تضاعف قدرات الوسائل التكنولوجية التقليدية في بث وتحويل النصوص

(1) جوديت لازار، ترجمة: علي وطفة، هيثم سطايحي، **سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري**، دار معد، دمشق، 1995.

http://www.watfa.net/198.htm, Retrieved: 27, 01, 2013 From

والمعطيـات الخاصـة، مـن ـالصورة والصـوت كـما هـو حـال الكـابلات والأقمـار الاصطناعيـة وعمليـات التنسـيق الممكنة بينهما.

- المجموعة الثانية: تحتوي عـلى التجـهيزات الحديثـة التي تسمح للأفراد بـالوصول عـبر إشارات صغـيرة إلى الخدمـات الخاصـة بالبرامج المتاحة وفقا لاختيـار محـدد، ومثـال ذلـك: الفيديـو، وإمكانيـة الوصـول إلى بـرامج الراديـو والتلفزيـون عـبر نظـام مـن الرمـوز (الكـود) المحددة.

ويجدر للذكر في هـذا الصـدد، أن التكنولوجيـا الجديـدة عـززت مـن قـدرات شـبكات الاتصال التقليدية. ويمكن هنا الإشارة مثلا: إلى التلفزيون ذي الـدارة المغلقـة المـوزع الـذاتي الـذي يقدم إمكانية نقل إشارات متلفزة عبر محاور ذاتيـة أو عـبر قنـوات بصريـة، يتضـمن بالإضافة إلى ذلك جملة من التجهيزات الفنيـة التـي تصلـه بمحطـات تمثل رأس الشبكة، مثـل هذه الشبكة الكابلية تسمح بالوصل بين مجموعات من المنازل بعضها مع بعض والتـي تتـيح للمستهلكين تبـادل الرسـائل والمعطيـات والصورة والصوت.

ولقد استخدمت هذه التقنية في بلجيكا منذ أكثر من عشر سنوات حـيث يوجـد هناك 80% من المنازل المجهزة بالشبكة التلفزيونية الكابليـة. وفي كنـدا يبلـغ هـذه النسـبة حـوالي 50% وهي 30 % في الولايات المتحدة الأمريكية وفي هذه البلـدان يمكـن أن يلاحـظ تـأثير هـذه التقنيـة عـلى طبيعـة الحيـاة الاجتماعيـة. وفي فرنسـا التـي لـم ترحـب كثـيرا بهـذه التجربـة بـدأت بإنشاء شبكة الكابلات من أجل اللحاق بالبلدان الأخرى وذلك منذ الثمانيـات وتأتي أهمية هذه التلفزة الكابلية من أنها تسمح للناس بالحصول على صـورة أفضل والوصول إلى البرامج الأجنبية التـي لا تبـث عـلى الموجـات الأثيريـة وأن تقـدم للمسـتهلكين إمكانيـة الحصول على برامج تلفزيونية مقابل الدفع.(1)

ويلاحظ اليـوم أن الأقـمار الاصـطناعية المبـاشرة تشـكل كـابلا أثيريـا يقـوم بتشـغيل التلفزيون بشكل مباشـر، وهـو عـلى المسـتوى التقنــي يمثـل محطـة خاصـة للبـث تتموضـع

---

(1) جوديت لازار، مرجع سبق ذكره .

في مكان يبلغ ارتفاعه آلاف الكيلومـترات في الجو. وبالتالي فإن الإشارات التي تصـدر عن هذه الأقمار تستقبل بشكل مباشر عن طريق الهوائيات الخاصة بالمنـازل.

أما وسائل الإعلام الجديدة التي ظهـرت مؤخـرا فهي تتميز بخاصـة مشـتركة وهـي أنها تتيح للأفراد وبشكل واسـع جـدا الاتصال بسـهولة مـع مختـلف الجهـات والمواقـع التـي يوجدون فيها. فـالفيديو وقارئ (آلـة العـرض) الشـريط الممغـنط، يمـثلان أداتـين لتوزيـع الصورة المرئية علـى مسـتوى الاستهلاك الشخصي وكلاهما يعتمـد عـلى شاشـة التلفزيـون في عرض الصور، وذلك من جل عـرض الصـور المسجلة. وبـذلك حقـق الفيـديو نجاحـا منقطـع النظير فـي أوربـا. ويعود سـبب نجـاح انتشـاره إلى مسـتوى الـبرامج التلفزيونيـة التـي تلبـي حاجة الأفراد بالشكل المناسب.

ولا بد في هـذا المجـال، مـن الإشـارة إلى نظـام "الفيديوغـراف" الـذي يشـتمل عـلى جانبين أساسيين يشهدان تطورا ملحوظا في الوقت الحـاضر همـا "التيليـتكس"، الـذي يعتمـد على شبكة الموجات الهرتزية للراديـو والتلفزيـون والفيـديوتيكس الـذي يعتمـد عـلى شـبكة الهاتف. كما يمثل "التيليتكس" وسـيلة إعلامية تسمح لمستخدمه أن يتصل مـن بعـد وعنـدما يريد، عـبر شاشـة مجسـمة وأن يرسل صورا ضـوئية، ويسـجل التيليـتكس وجـوده في فرنسـا منـذ عـام1977، فهو يسمح على سـبيل المثـال بمعرفـة الأخبـار والنشـرة الجويـة والسـوق المالية والمعلومات الإدارية المختلفة. [1]

أما "الفيديوتكس" فهو وسيلة إعلامية تسـمح بعمليـة تبـادل الرسـائل والإشـارات والنصوص وبعض الصور وذلك عن بعد بواسطة شاشة صغيرة، وقـد جـرب هـذا الجهـاز عام 1981 وهو يقدم خدمات معلوماتيـة متعـددة، ومـن أهـم منجزاتـه أنـه يسـمح بالحوار والاتصال بين الآخـرين، وهـو أشـبه مـا يكـون بالهـاتف، ويضـاف إلى ذلـك أنـه يعتمد على شبكة الخـطوط الهاتفيـة فـي عمليـة التحويل، فالفيديـوتكس لـيس مصـدرا للمعلومـات فحسـب، ولكنـه يمثـل وسـيلة مـن وسـائل الاتصـال. فهـو يتـيح عمليـات

(1) نفس المرجع.

كالحجز في المطاعم والطائرات والطلب عن بعد لبعض الخدمات، كما يسمح بإجراء عمليات بنكية ومالية مختلفة.

وهناك أداة اتصال أخرى يطلق عليها تسمية "التلفزيون بالدفع التلفزيون المأجور Télévision à péage، والذي يسمح لمستخدميه بالحصول على برامج تلفزيونية خاصة في المنزل بواسطة "منظم كود"، وهو جهاز يتم تأجيره أو بيعه بشكل مسبق إلى من يريد استخدامه. ومبدأ التلفزيون المأجور بسيط جدا حيث يزود المستهلك بأقنية تلفزيونية إضافية غير الأقنية العادية. وتتيح هذه الأقنية للمستهلك أن يشاهد نماذج من البرامج التلفزيونية الخاصة، ومثال ذلك في فرنسا ما يسمى بالقنال الإضافية "Canal Plus "والتي بدأ استخدامها منذ عام 1984، وهي قنال تعتمد على ترددات هيرتيزية من أجل بث برامجها. تقوم على عرض البرامج والأفلام السينمائية والتلفزيونية الحديثة ولكن مستقبل هذه القنال مرهون إلى حد كبير بمدى الطلب الذي يعلنه المستهلكون.[1]

4- تصنيفات الإعلام الجديد

كما سبق وأن ذكرنا، تتعدد مداخل النظر في مقارنة الإعلام الجديد والإعلام القديم وتطور وسائل كل منهما في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة. وعليه، يظل هذا التصنيف غير واقعي طالما أنه لم يشمل حالة التماهي، بين الإعلام الجيد والقديم والأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيها، وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد، تكنولوجيا ووظائفيا.

فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقمين موصلين بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، وهما من ميزات الإعلام الجديد، ولكن أيضا أصبحا وسيلتين

---

(1) جوديت لازار، مرجع سبق ذكره .

تفاعليتين تعملان على منصة الكومبيوتر، وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الإعلام الجديـد، فضلا عن تغييرهما لمفهوم الخبر مـن حـدث إلى يحـدث بالتواجـد الحـي في مواقـع الأحـداث الكبيرة، التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي.(1)

كذلك الأمر بالنسبة للصحافة الورقيـة، التـي غـيرت طريقـة الإنتـاج تماما إلى وسـائل تنتمي كليا إلى المرحلة الرقمية، في جميع خطوات التحرير الصحافي ومعالجة الصـور ومراحـل ما قبل الطباعة. كما لمـس التغيـير أيضـا كتابـة الأخبـار وطريقـة الإخـراج واسـتخدام الألـوان والطباعة، لملاحقة آخر الأخبار والطباعة الرقمية في أماكن متعددة من أنحـاء العـالم. ولم يبـق إلا الـتخلص مـن الـورق طالمـا أن التطـور جـار لإنتـاج القارنـات الرقميـة الدقيقـة والـورق الالكتروني.(2)

ولابد أن نشير هنا إلى مدخل Daiviswayn حول التصنيفات الثلاثـة للإعـلام الجديـد، والذي تحدث عنه عباس مصطفى صادق في كتابه "الإعلام الجديد" حيث أوضح أن Richard Daiviztzen وضعا في كتابهما المشترك "الإعلام الجديد والسياسة الأمريكيـة" الإعـلام الجديـد وفق ثلاثة أنواع وهي:(3)

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيـا قديمـة: يـرى الباحثـان أن نمـوذج الإعـلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصـحفية في الإذاعـة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيون الحوار الذي يرجع إلى حقبـة الثلاثينـات مـن القـرن المـاضي، فقـد كـان الـرئيس الأمـريكي Franklin D. Roosevelt يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى النـاس، وكانـت أحاديـة

---

(1) حسنين شفيق، **الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعـد التفاعليـة**، دار فكـر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص66.

(2) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص67.

(3) نفس المرجع، ص 67، 68، 69.

مسموعة بشكل واسع. والتلفزيون أيضا جدد نفسه كثير ببرامج الحوار الحية، والمجالات الإخبارية، وبرامج الأخبار الحية، والبرامج المسائية، والبرامج الصباحية مثل: صباح الخير أمريكا وبرامج التبلويد، الشبيهة بصحافة التبلويد الورقية، ويشمل التجديد في حالات أخرى نموذج برنامج أوبرا، وقنوات مثل: mtv المتخصصة في الموسيقى التي مددت أفقها للتغطية الإخبارية ساعة بساعة.

وبعض البرامج المذكورة مثل: Today يعود للخمسينيات من القرن الماضي، ولكنها تمثل نمطا جديدا في الإعلام، وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيا الجديدة، مثل الكمبيوتر والشبكات المختلفة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها. حيث مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة.

النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن والتي تعمل على منصة وشبكات الكمبيوتر، وعلى رأسها شبكة الانترنت والبريد الالكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي وفرت الاتصال السريع لنقل وتبادل للمعلومات، وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم. ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، وتجاوزت العوائق المكانية والزمنية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم. ولقد اتصفت هذه الوسائل بدورها الفعال في تسهيل تفاعل الجماهير وتقديم مصادر لا حدود لها، كما تتيح مجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة: هنا تزول الفوارق بين أنواع الوسائل المختلفة، حيث يستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا. وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضا بأهمية الإعلام الجديد وتعمل على اللحاق بتكنولوجيته وتطبيقاته المختلفة،

فصحف كبيرة مثل: The Washington Post and The New York Times لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد عبر الوسائل المستحدثة.[1]

وبهذا، أصبح مصطلح "الإعلام الجديد" واحدا من أهم المصطلحات التي تثار في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت مليارات الدولار السريعة لمؤسس facebook، كما أنه وبأدواته المميزة استطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم، وينقل المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا، ولا يوجد مثال أقوى على ذلك من الاستخدام السياسي لـtwitter من قبل نشطاء سياسيين.

5-بيئة تشكل الإعلام الجديد.

يتشكل الإعلام الجديد كما يتغير الإعلام الكلاسيكي داخل بيئة تواصلية متحولة، تتعلق هذه التحولات بمستويات تقنية، اقتصادية من جهة وثقافية تواصلية من جهة أخرى، تتمحور فيما عدة تحولات نلخصها فيما يلي:[2]

أ- تحولات تقنية-اقتصادية: تمثلت في:

- **الحضور المتزايد للّتقنيات التّواصلية في الحياة الاجتماعية:** أصبحت التقنيات الاتصالية كالهاتف الجوال والتلفزيون الفضائي والصورة الفوتوغرافية الرقمية والموسيقى الرقمية متاحة للجميع، ويعود هذا الحضور الاجتماعي المتعاظم إلى أسباب عدة منها: انخفاض الأسعار والطابع المحمول لهذه التّقنيات.

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 69.

(2) الصادق الحمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مرجع سبق ذكره، ص04-05.

- **الوفرة المعلوماتية:** تتسم البيئة التّواصلية الجديدة بما يمكن أن نسميه الوفرة المعلوماتية، فنحن نعيش وفرة معلوماتية تتمثل في العدد الهائل من القنوات التّلفزيونية، وفي المضامين المتكاثرة للشبكة، إذ يوجد أكثر من عشرة مليار صفحة على الوب.
- **ظهور أشكال جديدة من البث سمح بها ما يسمى بالاندماج:** بالنّسبة إلي التّلفزيون مثلا، إضافة إلى البث على الشبكة الهرتزية العادية، هناك التّلفزيون الفضائي الرقمي والتّلفزيون الأرضي وتلفزيون الهاتف الجوال (ADSL)وتلفزيون الإنترنت من خلال تقنية (TNT) الرقمي.
- **ظهور وسائط إعلامية جديدة:** فقد ساهم الاندماج في تحول بعض التّقنيات الاتصالية إلى وسائط إعلامية، كالهاتف الذي كان مخصصا للتحادث، فتحول إلى وسيلة إعلامية يمكن من خلالها استخدام شبكة الإنترنت، واستهلاك المضامين الإعلامية بكلّ أشكالها كقراءة المقالات الصحفية ومشاهدة الفيديو والاستماع إلى الإذاعة.
- **سلعنة المضامين الإعلامية:** تتميز البيئة التّواصلية الجديدة بنمو التّلفزيون بالمقابل، إذ سمحت تكنولوجيات المعلومات والاتصال، وخاصة تقنيات التّلفزيون الرقمي الفضائي بتكاثر القنوات التلفزيونية. وأدى هذا التضخم إلى التّنافس حول بث البرامج وخاصة منها الرياضية. وتشير سلعنة الإعلام إلى المكانة المتزايدة لنموذج المضامين، وإلى ظهور تقنيات جديدة للتوزيع وتطور ظاهرة سلعنة المضامين.

ب- تحولات تواصلية-ثقافية:

إذ تساهم تكنولوجيات المعلومات والاتصال في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية، القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام ولوسائل

التعبير في الفضاء العمومي. ذلك أن الانترنت لم تيسر فقط النفاذ إلى المعلومات، بل أنها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة، كمنتديات الحوار والدردشة والصفحات الشخصية والمدونات.

وبالمقارنة مع زمن وسائط الإعلام الكلاسيكية، نجد أن النخب السياسية والثقافية والإعلامية كانت تحتكر إنتاج الخطابات العامة، أما اليوم وبفضل الانترنت فقد أصبح للأفراد والجماعات حق الكلام في هذا المجال، إذ تتمظهر هذه الخطابات الفردية والجماعية في أشكال عديدة منها: المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.[1]

(1) نفس المرجع ، ص05.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد

I/مواقع التواصل الاجتماعي: النشأة والتطور

II/موقع التواصل الاجتماعي Facebook

III/مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد

I/مواقع التواصل الاجتماعي: النشأة والتطور

في السابق كان البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة يتطلب الكثير من الوقت والجهد، أما اليوم فالتواصل مستمر مع مئات الأشخاص، لا بل الآلاف، وذلك بفضل الاستخدام والانتساب إلى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية، من أمثلة Facebook وTwitter.

وقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي في نشأتها إقبالاً كثيفاً من قبل مستخدمي الانترنت، والهواتف المتعددة الوظائف. حيث ارتفع عدد المنتسبين إلى موقع Facebook ثلاث مرات خلال عام 2009، ليصل عددهم اليوم إلى أكثر من 350 مليون مستخدم في العالم. كما أن موقع Twitter قد توسع بشكل هائل، ذلك أن عدد المنتسبين إليه تضاعف في مطلع عام 2009 ليصبح 40 مليون مستخدم.

وتعتبر وسائل الاتصال الاجتماعي إحدى القنوات الجديدة التي وفرتها الشبكة العنكبوتية إلى أفراد الجمهور في مختلف دول العالم، وأتاحت لهم فرصاً اتصالية عديدة، مكنت الفرد العادي من أن يكون قائماً على عملية الاتصال بنفسه، فيرسل الرسائل ويستقبلها في أي وقت، ومن أي مكان يتواجد فيه إلى عددٍ صغيرٍ أو كبيرٍ من أعضاء هذه الوسائل، وهذا أمر تؤمنه المواقع الاجتماعية.

هذا، وتشهد وسائل الاتصال الاجتماعي في عالمنا العربي إقبالاً من الجمهور للانضمام إلى عضويتها، وبخاصة من فئة الشباب الذين تقل أعمارهم عن25عاماً، لتحقيق عدة أغراض تواصلية، تتجاوز الجوانب الاجتماعية إلى المجالات السياسية بتجلياتها المختلفة. فوفقاً لدراسة أجرتها مؤسسة Spot On Public Relations،

فإن عدد المشتركين في الشبكة الاجتماعية Facebook في العالم العربي، يفوق عدد قراء الصحف مجتمعة، حيث يزيد عددهم على 15 مليون عضو، في حين أن عدد النسخ المطبوعة من الصحف العربية والإنجليزية والفرنسية تقل عن14 مليون نسخة. وتضيف الدراسة أن عدد أعضاء هذه الشبكة، يصل في مصر وحدها إلى 53. مليون عضو، وهو ما يفوق عدد الصحف اليومية الصادرة بكثير، أما في دول الخليج العربية فيبلغ عدد أعضاءFacebook مليون مستخدم، ويتركز معظمهم في كل من: السعودية 45%، والإمارات31%.(1)

وهذا الانتشار السريع والكبير، يدل على أنه بفضل هذا الاتصال الحديث الذي وفرته وسائل الاتصال الاجتماعي، شكل المستخدمون أنفسهم اليوم في جماعات محلية ووطنية عبر الفضاء السيبرني، لتفعيل التواصل الإنساني فيما بينهم، ومناقشة قضاياهم المختلفة، وممارسة حرية الرأي والتعبير، بدون قيود أو حدود.

فقد تحول كل من موقعي Twitter وFacebook إلى وسيلة جيدة لإدارة وتنظيم حياة الأفراد، بدءاً من المواعيد ووصولاً إلى المشتريات. ولكن في الوقت الذي بات الكثير من الناس يعتبرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مفيد كي يعبروا عن أنفسهم، يحذر خبراء من أن هذا الأمر قد يلحق أفدح الضرر بهم.

2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

اجتهدت الكثير من القراءات في تقديم تعريفات متعددة لهذا المفهوم، ترتبط بمرجعيات فلسفية مختلفة، لكنها تتقاسم مجموعة من الملامح الكبرى تجمع بين الإحالة إلى فعل دمقرطة الاتصال، والتقاسم، والتشاور، والتفاعل، والتبادل... وغيرها. وكلها

(1) عبد الرحمن محمد الشامي، الميديا الجديدة من التشتيت إلى التجميع، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد84، ص27.

مصطلحات كانت غائبة عن أشكال الاتصال التقليدي التي اتسمت بأحاديتها وغلبة الطابع الأبوي على مضامينها. فهذه الوسائل هي تعبير عن فلسفة الويب 2.0 القائمة على تثمين المستخدم والإعلاء من فردانيته، والإنتاج المشترك للمعاني، إذ لم يعد هناك منتج وحيد للدلالة، بل غدا هذا الإنتاج عملا جماعيا تشارك فيه جماعات من مشارب شتى، حيث يتفاعل الأفراد والجماعات في ما بينهم في خلق مضامين إلكترونية وتنظيمها وفهرستها وتغييرها وإثرائها باستمرار.

في هذا المضمار، يرى بعض الباحثين أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل تحولا راديكاليا في الثقافة المعاصرة، حيث تتوسع الكثير من الأنشطة الاجتماعية والإنسانية، في ظل قيام هذه الوسائل على فكرة دمقرطة المضامين وتكريس نموذج الاتصال متعدد الأطراف، أي دور الأفراد في إنتاج المضامين وتقاسمها وبثها، وسقوط نموذج الاتصال العمودي؛[1] فهي تحول فكرة البث الأحادي الجانب إلى نموذج التبادل الجماعي، الذي يجد مشروعيته في الشكل التحاوري القائم بين صاحب الفكرة والمتفاعلين معه.

وفي هذا السياق، يذهب بعض الدارسين للظاهرة إلى أن هذه الوسائل تحيل إلى "مجموع التطبيقات الإلكترونية التي تتأسس على إيديولوجيا وتكنولوجيا الويب 2.0، والتي تتيح خلق وتبادل المضامين التي ينتجها المستخدمون. فهذه الوسائل توظف الذكاء الاجتماعي القائم على التعاون بين المستخدمين، وتثمن خاصية التفاعلية.[2]

---

(1)Solis, B. **The Definition of Social Media,** Retrieved July 23, 2011.
From http://www.webpronews.com/blogtalk/2007/06/29/the-definition-of-social-media

(2) Kaplan, A M., Haenlein, M, **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, Business Horizons**, 53, 59-68. (2010), Retrieved June 13, 2011.
From http://iranmanagers.net/wp-content/uploads/2011/04/Users-of-the-world-unite.pdf

بينما يشير كل من (Kumar, Hsiao and Chiu, 2009) إلى أن "هذا المفهوم يستخدم لوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية، التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات ومناقشتها وتبادل التجارب الإنسانية بين مستخدميها، وذلك بطريقة أكثر فاعلية قائمة على التفاعل وبناء العلاقات الاجتماعية، بصيغ تختلف عن تلك الموجودة في الواقع الفيزيائي".[(1)]

في حين يعرفها "حسنين شفيق" بأنها عبارة عن "مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية. وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاءها".[(2)]

في نفس السياق، يعرفها راضي زاهر بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية".[(3)]

ويعرفها وائل مبارك خضر فضل الله على أنها: "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل عملية التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة

---

(1)Kumar, P, Hsiao, M, & Chiu, B. **Generations of consumers and the consumer generated**. Journal of Integrated Marketing Communications, 20-26, 2009, Retrieved August 6, 2012,
From http://jimc.medill.northwestern.edu/JIMCWebsite/2009/Generations_of_Consumers.pdf

(2) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 181.

(3) راضي زاهر، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص 23.

على الانترنيت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الالكتروني، المدونات".[1]

من جهة يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة – Node), بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً، كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"[2]

كما تعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "أنها شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات, وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم".[3]

ونعرفها إجرائياً بأنها: شبكات اجتماعية تفاعلية توفر للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية شخصية، تسهل بينهم عملية الاتصال وتبادل الملفات بمختلف أنواعها، وجمع أكبر عدد من الأصدقاء الجدد والقدامى لتشكيل مجموعات متخصصة في شتى المجالات في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر, وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة إخبارية وتعبيرية واحتجاجية.

---

(1) نفس المرجع، ص21.

(2) محمد المنصور، **مرجع سبق ذكره**، ص25.

(3) محمد المنصور، **مرجع سبق ذكره**، ص25.

3- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

يعد البريد الالكتروني أول وسيلة تمكن الجمهور العادي من التواصل على نطاق واسع، ولكن المنتديات وسعت من مجال المشاركين، سواء كمرسلين أي مشاركين نشطين أو متلقين أي متصفحين لهذه المنتديات. ويقال أن أول ظهور لهذه الشبكات في بداية التسعينيات، ففي عام 1995 صمم Randy Conradz موقع classmates .com، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم الكترونيا. بعد ذلك توالى تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية، إلى أن أصبحت تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الانترنت، وبرز دورها الفاعل في الظروف الطارئة والأحداث العالمية، منها تكاثف مستخدميها لقيادة حملة تبرع كبيرة لضحايا ومنكوبي زلزال Haiti، حيث تم جمع ملايين الدولارات لضحايا هذه الكارثة من خلال هذه المواقع.[1]

كما بدأت مواقع أخرى للربط المباشر بين الأشخاص، مثل: SixDegrees.Com عام1997، وهي مواقع توفر الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. لكن بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام1999 -2001.[2]

ومع بداية عام2005 ظهر الموقع الأميركي الشهيرspaceMy، الذي فاق عدد مشاهدات صفحاته محرك البحث google، والذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات

(1) حسنين شفيق، **مرجع سبق ذكره**، ص 182.

(2)From http://ar.wikipedia.org/wiki, Retrieved 05-06-2011.

الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير facebook، الذي بـدأ أيضـاً في الانتشـار المتـوازي مـع spacem. لكـن، في عـام2007 قـام facebook بإتاحـة تكـوين التطبيقـات للمطـورين، وهـذا مـا أدى إلى زيـادة أعـداد مسـتخدميه بشـكل كبـير، حيـث تجـاوز حتـى مارس2011 نحو400 مليون مستخدم على مستوى العالم.[1]

وبذلك نرى، أن التحول الذي أحدثته الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي كان كبـيرا من حيث قدرتها عـلى دمـج أكـثر مـن طريقـة للتواصـل، مثـل: البريـد الالكـتروني، والمحادثـة المباشرة، وتحميل ملفات صوتية وفيلمية، والتعليق كتابيا على الأحداث، ومكنت الأفـراد مـن مختلف دول العالم من التواصل والبحث عن بعضهم البعض، فضلا عـن الـدخول في نقاشـات حسب المجموعات التي يرغب فيها الفرد.

4-تاريخ نشأة أشهر شبكات التواصل الاجتماعي.[2]

السنة	اسم الموقع
1997	SixDegrees.com
1999	Live Journal, Black planet, Asian Avenue
2000	MiGente
2001	Cyworld, Ryze
2002	Fotolog, Friendster, Sky blog
2003	LinkedIn, MySpace, Hi5
2004	Harvard Catster,Hyves, Flicker, Facebook
2005	YouTube, Yahoo
2006	Facebook (network), Twitter, QQ,MyChurch

يبرز الجدول أعلاه بشـكل مخـتصر تـاريخ نشـأة أشـهر شـبكات التواصـل الاجتماعـي، ويلاحظ أنه على الـرغم مـن كثرتهـا لم يكتـب لجميعهـا النجـاح، أمـا حـظ شـبكات التواصـل

(1)Ibid.

(2) عبيد الشقصي، تفاعل الإذاعات والتلفزيونات الرسمية مع شبكات التواصل الاجتماعـي، مجلـة الخلـيج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، المملكة العربية السعودية، ص 43.

العربية فلم يكن كبيرا من حيث الإشهار، ويعتبر موقعareebareeba.com أحدث شبكة تواصل اجتماعي لمهندس أردني.

وتختلف طبيعة هذه الشبكات، فمنها ما هو خاص بمجموعة المهنيين والمحترفين مثل: LinkedIn، وبعضها أقرب لوكالة أنباء إخبارية مصدرها الجمهور نفسه مثل: Twitter، وأخرى تشكل مكتبة فيلمية رقمية للمتشركين مثل: YouTube، أما Facebook، فهو شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة.[1]



رسم توضيحي: يبين ترابط مواقع التواصل الاجتماعية ببعضها البعض.

5- خصائص مواقع التواصل الاجتماعية.

رغم التباين الموجود بين مجموع هذه التطبيقات الاجتماعية، وتفاوت ميزة التفاعلية بينها، ومدى الإقبال على تبنيها، وتميز بعضها ببساطة استخدامه. احتاج البعض

(1) عبيد الشقصي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

الآخر منها إلى مهارات وكفاءات لا تتوفر لكل المستخدمين، إلا أنها تتقاسم مجموعة من الخصائص التي يمكن إجمالها في ما يلي:

- **الملفات الشخصية-الصفحات الشخصية profile page:** فمن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص وبياناته الأساسية، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص، ومن هم أصدقاؤه، وما هي الصور الجديدة التي رفعها...، إلى غير ذلك من النشاطات.(1)
- **التفاعل/التحاور:** إذا كانت الوسائط التقليدية قائمة على البث، أي بث مضامين إلى جمهور ما، فإن هذه الوسائل تعتبر اتصالا ذا اتجاهين، يعلي من فكرة الجماعية في إنتاج وتقاسم المضامين، ويعتبر التحاور هو أفضل السبل للوصول إلى الحقيقة مع الأصدقاء (العلاقات)،(2) فالشبكات الاجتماعية تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاء المستخدم، بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف للقائمة. كما تتيح خاصية إرسال الرسائل هذه إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة أصدقاء المستخدم أو لم يكن.
- **الانفتاح:** تميل مواقع التواصل الاجتماعي إلى تثمين التغذية المرتدة والمشاركة، حيث تشجع على التصويت، والتّعليق، وتقاسم المعلومات، وتقل فيها العوائق أمام الدخول أو الاستفادة من المضمون،(3) كما تتيح لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي

---

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 183.

(2)Owens, J.W. (n.d.), **What is Social Media**? Retrieved 26-12- 2011. From http://www.afcp.org/TLI-Archive/TLI126-SocialMedia.pdf.

(3)Ibid.

من الألبومات، ورفع مئات الصور فيهـا، وإتاحـة مشـاركة هـذه الصـور مـع الأصـدقاء للإطلاع والتعليق حولها.

- **المشاركة الجماعية:** تشجع هذه الوسائل كل الأفراد المهتمين بموضوع ما عـلى المسـاهمة في التبادل والتغذية الراجعة، حيث تسقط الحواجز وتصبح الحـدود أكـثر ضـبابية بـين الوسائط والجمهور؛[1] وتتيح الكثـير مـن مواقـع الشـبكات الاجتماعيـة خاصـية إنشـاء مجموعات لها نفس الاهتمامات، بمسمى معين وأهـداف محـددة. كـما تـوفر المواقـع لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه بمنتدى حوار مصغر، وألبوم صور مصغر. وتتيح أيضا خاصية تنسيق الاجتماعـات عـن طريـق مـا يعـرف بالأحـداث أو events، ودعوة أعضاء تلك المجموعة له، ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.[2]
- **الصفحات**: ابتدع هذه الفكرة Facebook، واسـتخدمها تجاريـا بطريقـة فعالـة، وتقـوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصـفحات عـن طريـق تقسـيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.[3]
- **كثافة الارتباط:** يتأسس الويب الاجتماعـي ويحتفـي بـه مسـتخدموه بنـاء عـلى إحـدى الخصائص الأساسية، وهي تسهيل وتيسير الترابط بـين الجماعـات والمضـامين، ويـتجلى ذلك في خاصية الروابط أو الوصلات، حيث ترتبط المضامين والأفراد والمصـادر ببعضـها البعض.[4]

(1)Ibid.

(2) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 183-184.

(3) Owens, J.W. (n.d.)... Op.cit.

(4) Ibid.

6- الأشكال الأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي.

هناك محاولات تصنيفية كثيرة سعت إلى وضع مجموع وسائل التواصل الاجتماعي في فئات تجمع بينها بعض السمات الأساسية، وهذا التصنيف لا يختلف عن هذه التصنيفات كاجتهاد ينطبق عليه ما ينطبق على الاجتهادات الأخرى؛ فهو محاولة للقبض على الأشكال الأساسية لهذا الويب دون إدعاء أي أشكل من أشكال الشمولية. وفي ما يلي أهم الأشكال:(1)

أ-**الشبكات الاجتماعية:** تسمح هذه المنصات التفاعلية للأفراد بفتح حسابات، والتواصل مع أصدقائهم، وتقاسم أشياء كثيرة معهم (صور، فيديو، صوت...الخ). منها: facebook، space my.

ب-**المدونات:** وهي من أكثر الأشكال المعروفة في فئة وسائل التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن سجلات إلكترونية مرتبة حسب التسلسل الزمني التّصاعدي (البدء بالموضوعات الأكثر "حداثة" ثم التي تليها وهكذا)، ومصحوبة بآلية لأرشفة المدخلات القديمة. لكن زخمها تراجع بعض الشيء مؤخرا، وهي متنوعة: نصية، صورية، فيديوية.

ت-**الويكيز**: هي مواقع تسمح للمستخدم بإضافة المضامين أو تعديلها، وهي بذلك تمثل وثيقة أو قاعدة بيانات تعبر عن الذكاء الجماعي، أو ما يسمى "بحكمة الحشد". وتعتبرwikipedia أكثرها شهرة. حيث تجاوز مجموع الوثائق في النسخة الإنجليزية حتى نهاية سبتمبر 2011 مليون ونصف، بينما لم يتعد هذا 157.115 في النسخة العربية.

---

(1) Mayfield, A, **What is Social Media**? an e-book, 2008, October 2, Retrieved 26- 9-2011.
From http://connect.icrossing.co.uk/category/ebooks/

نقلا عن: الصادق رابح، **الفضاء المُدوِّناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة؟** دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35(3)، الأردن، 2008، ص 579-600.

ث-**البودكاست**: تتمثل في ملفات صوتية أو فيديوية يمكن الاستماع إليها عبر منصات كثيرة تعتمد آلية الاشتراك، مثل: Apple i Tune.

ج- **المنتديات:** تعتبر المنتديات فضاءات للنقاش حول موضوعات واهتمامات بعينها. وقد ظهرت قبل وسائل التواصل الاجتماعي، وتمثل مساحات ديناميكية للجماعات الإلكترونية.

ح- **المجموعات القائمة على تقاسم المضامين**: هي مجموعات قائمة على تقاسم نوع محدد من المضامين، مثل: flicker (صور)، Delicious (الروابط المفضلة)، youtube (الفيديو).

خ- **التّدوين المصغر:** يجمع بين خصائص الويب الاجتماعي والتدوين الذي يحمل صبغة نقدية، حيث يتم توزيع مضامين إلكترونية صغيرة الحجم، إما عن طريق الانترنت أو الهاتف المحول. ويعتبر twitter أكثر تطبيقاتها شهرة.

7- أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد تعددت مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت فيما بينها، حيث أصبحت هذه الأخيرة تعرف توافدا كبيرا من قبل المجتمع الذي أصبح لا يستطيع الاستغناء عنها، ومن بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي ينحاز إليها المجتمع بكثرة نجد:

أ- المجموعات العامة General Communities: هي إحدى أنواع الشبكات الاجتماعية، التي صممت من أجل توفير الفرص للمستخدمين الافتراضين، وفتح باب النقاش مع الجمهور العام في الموضوعات العامة، وهي تعمل كمحطة التقاء واجتماع بين الأعضاء والأصدقاء، بهدف المشاركة في المحتويات والملفات والصور والفيديوهات.

والاجتماعات العامة تمثل النوع العام من الشبكات الاجتماعية، حيث أن المواقع المدرجة تحتها لا تختص بخدمة فئة أو جهة معينة، ولا تحدد محيط أو نوع الحوار المتاح

للطرح، كما يمكن لأي فرد أن يتشارك في نفس الاهتمامات لمناقشة هذه الموضوعات. ويطلق على الشبكات الاجتماعية العامة أيضاً "الشبكات الاجتماعية ذات النطاق الواسع" Broadrange social network. والهدف منها: [1]

- التواصل لتبادل المعارف والتفاعل في الموضوعات ذات الاهتمامات المشتركة.
- نشر الموضوعات والحوارات الجماعية المختلفة.
- إعطاء الأعضاء الفرصة للتعبير عن أرائهم بحرية.
- جمع المعلومات والخبرات من خلال الموضوعات والحوارات.
- التواصل مع الأصدقاء والأقرباء وتكوين صداقات جديدة من مختلف أقطار العالم.
- الترفيه والتسلية.[2]

ب- موقع LinkedIn: رمزه في بورصة نيويورك، LNKD ويقصد به الأعمال التجارية ذات الصلة بمواقع الشبكات الاجتماعية. تأسس في ديسمبر 2002 وبدأ في ماي 2003، وهو يستخدم أساسا لإقامة الشبكات المهنية، وقد بلغ عدد أعضائه 85.000.000 عضو في أكتوبر 2010، وأكثر من 90 مليون مستخدم في عام 2011[3] و33900000 زائر، بزيادة 63 مقارنة بعام 2010.[4]

---

(1) أحمد عبد اللي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

(2) نفس المرجع، ص 54.

(3) From :http://www.thealarmclock.com/mt/archives/ 2004/08/ linkedin _hq _mou .html, Retrieved 15-2011-10.

(4) Brian Womack, LinkedIn Passes Myspace to Become No. 2 U.S. Social Network- Jul 9, 2011, Retrieved 05.2012-06-
From : http://www.bloomberg.com/news/2011-07-08/linkedin-tops-myspace-to-become-second-largest-u-s-social-networking-site.html

وحسب الإحصائيات يوجد56 ٪ من مستخدمي الموقع خارج الولايات المتحدة الأمريكية، إذ يشهد أسرع معدلات النمو على الصعيد الدولي، ومع نمو 428٪ في العام على مدى سنوات في كل من المكسيك والبرازيل والهند وفرنسا.(1)

كما يتوفر الموقع باللغات الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإيطالية والبرتغالية والاسبانية والرومانية والروسية والتركية.(2)

ت- **موقع** Lifeboon.Com**:** أول شبكة اجتماعية سورية-عربية، يمكن الاشتراك فيها وإنشاء حساب وملف شخصي. والتواصل مع الأصدقاء القدامى أو بناء صداقات جديدة مع أعضاء الموقع. كما يمكن تحميل صور، وملفات الموسيقى، والفيديوهات، وكتابة المدونات، وإنشاء الاستفتاءات. ويحتوي الموقع أيضا على مجموعة من المنتديات المتخصصة، التي يمكن للأعضاء المشاركة فيها وإرسال آرائهم ومناقشة مواضيعها.(3)

ث- **موقع** Twitter: هو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر، تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة البيانات، وهو موقع يساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بينهم."(4)

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأميركية في مدينة "San Francisco"، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين

(1) From http://mashable.com linkedin-surpasses-100-million-users infographic/2011/03/22//Retrieved:072012-07-

(2) Nico Posner. **Look who's talking Russian, Romanian and Turkish now**, Retrieved: 21-06- 2011.
From http://blog.linkedin.com/2011/06/21/russian-romanian-turkish/

(3) Salloum Wael, **Network Word Press**, 32, 2008,: pp. 381–419, Retrieved; 222011-09- From http://waelsalloum.wordpress.com/2008/10/28/lifebooncom-the-arab-social-network.

(4) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 207.

بشكل عام في أكتوبر 2006. فيما بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي نفس السنة قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم Twitter.[1]

يمكن للمستخدمين الاشتراك في Twitter بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني، وتدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟" والتي لا تتجاوز 140 حرف، وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء.

ولقد حظي Twitter باستحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والإنترنت، وبالرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة له، إلا أن المستخدمين قد ارتبطوا بعلاقة وثيقة معه ترغمهم على استخدامه.

إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب، إما لزيادة عدد المستخدمين على الموقع أو بسبب أعطال في خوادم الموقع أو قواعد البيانات، مما اضطر الكثيرون إلى البحث عن بديل له يلاءم تلبية رغباتهم.[2]

ج- موقع My space: هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية التفاعلية على الويب للأصدقاء المسجلين، بالإضافة إلى خدمات أخرى: كالمدونات، ونشر الصور، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمجموعات البريدية، وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.[3]

---

(1) From http://getsnitter.com/, 01/05/2011, Retrieved: 04-05-2012.

(2) From http://yomgedid.kenanaonline.com/, Retrieved: 26- 07- 2012.

(3) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 203.

تأسس الموقع سنة 2003 من طرف شبكةuniverse للتسويق، التي لا وجود لها حاليا وبيعت سنة 2005 لمجموعة Fox Interactive Media، ثم نمت سريعا لتصبح أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية اكتظاظا على الشبكة العنكبوتية، وظلت كذلك إلى أن حلت محلها شبكة facebook. وتزهر شبكة My space اليوم بامتلاك ما يزيد على 110 مليون مستخدم نشط شهريا.(1)

فطبقا لموقع ALEXA يعد موقع My space سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، كما أنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية. حيث ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى، وحاز على 80% تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية.(2)

ح- **موقع Hi5:** هو شبكة اجتماعية تأسست من طرف شركة Ramo blmanchi الأمريكية، في ديسمبر 2003،(3) بسان فرانسيسكو، كاليفورنيا، وقد اكتسب شعبية في بعض بلدان أمريكا اللاتينية ومنغوليا ورومانيا وتونس. وتمتلك الشركة حوالي 30 مليون عضو، ومتاحة بأكثر من 50 لغة.

وHi5، هو واحد من أكبر مواقع التسلية والترفيه الاجتماعي في العالم، حيث يستخدم الموقع للبقاء على اتصال مع الأصدقاء، والتعرف على أشخاص جدد،

---

(1) نفس المرجع، ص 206.

(2) From http://fr.wikipedia.org/wiki/Myspace22 ,/05/2011, Retrieved: 042011-12-.

(3) **Om Malik, Social Network Hi5 gets $20 million, Jul. 22, 2007,GIGqom, Retrieved :25-06- 2011.**
From http://gigaom.com/2007/07/22/hi5

ومشـاركة الصـور، والموسـيقى، واللعـب، فهـو منفـذ للتسـلية والألعـاب الاجتماعيـة، والتسوق الافتراضي.[1]

خ- موقع Skype: عبارة عن موقع تواصل اجتماعي، وهو برنامج تجاري تـم ابتكـاره مـن قبل كل مـن المسـتثمرين، السـويدي Nicklas Zenstrohmوالـدانمركي Janus Friis، مع مجموعة من مطوري البرمجيات، ويمكن برنامج Skype مسـتخدميه مـن الاتصـال هاتفيا عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هـذا البرنـامج، لكـن مـع تكلفـة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوالة. اشترته شركة مايكروسوفت ب8.5 مليار دولار في 10 ماي 2011.[2]

د- موقع Youtube: هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وتقـوم فكـرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فمجرد أن يقوم المستخدم بالتسـجيل في الموقـع يـتمكن مـن إرفـاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العـالم، كـما يمكـن المسـتخدمون مـن إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عـن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجـات، تعـبر عـن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع. وطبقـا لتصـنيف ALEXA العالمي، فإن الموقع يأتي في المركز الثالث من حيـث أكـثر المواقـع العالميـة مشـاهدة بعـد محركي البحث yahoo وgoogle.

---

(1) From http://www.crunchbase.com/company/hi5 Retrieved: 082011-09-.

(2)From http://www.guardian.co.uk/technology/2011/may/10/microsoft-confirms-skype-deal, 1, Retrieved: 082011-09-.

بدأ موقع youtube في الظهور على شبكة الانترنت، في15 فيفري 2005 بواسطة ثلاث موظفين من شركة paypal، وهم chad hurley وsteve chen وjawed kaim.

وقد نشأت الفكرة في مدينة San Bruno بCalifornia بالولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء الثلاث في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع الفيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملاءهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر البريد الالكتروني لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت، فخلال صيف 2006 حصل الموقع على 100 مليون مشاهدة يوميا، بإضافة 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة.(1)

ذ- **موقع** Flicker: تم تطوير الموقع في سنة 2002 بواسطة شركة Ludicorp في فانكوفر بكندا، وقد قامت الشركة بإطلاقه لأول مرة في فيفري 2004. ويعتبر الموقع نموذجا لواحد من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع وتشارك الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلا حيا لوكالات الأنباء، مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن وفي أحداث "تسونامي"، فهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها، وهو يعتبر أيضا جمعية لهواة التصوير على الانترنت، حيث يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه، وقد أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات Commentsمن قبل الزائرين وكلمات المفاتيح Tags.(2)

---

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 213- 214.

(2) عباس مصطفى صادق، الشبكات الاجتماعية هل هي بديل للتواصل التقليدي، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد85، ماي 2011، ص52.

كما يسمح الموقع أيضا لمستخدميه بتنظيم وحفظ وتصفح وإضافة صورهم خصوصا من المدونين، في مجموعات شخصية أو عامة تشترك في صفات معينة، من خلال البريد الالكتروني تحت تراخيص معينة يقومون باختيارها، عن طريق الموقع بشكل مباشر، أو من خلال الهاتف النقال ذي الكاميرا الرقمية.

ر- **موقع** Orkut**:** شبكة اجتماعية تم إطلاقها في عام 22 جانفي 2004، نسبة إلى مؤسسة Orkut Büyükkökten، ويلقى Orkut رواجاً كبيراً في البرازيل والهند والولايات المتحدة، مما دفع شركة Google في عام 2008 إلى الإعلان أنها سوف تنقل إدارة الموقع إلى البرازيل بعد أن كان في كاليفورنيا، لكن مسألة انتشاره ونجاحه كان في الهند على وجه الخصوص.(1)

يتمتع هذا الموقع بأكثر من 100 مليون مستخدم نشط وهم في تزايد مستمر لثقة الناس في Google، ولعل أهم ما ميز هذا الموقع هو الرقابة الشديدة لمحتواه واحترامه لمبادئ الآخرين. وفيه خاصية تُعاب على Google، ألا وهيَ عدم تفعيل اللغة العربية، مع أنه يعترف ب48 لغة أخرى(2).

في نفس السياق، أوضحت إحصائيات 2010 أن مستخدمي **Orkut** أصبحوا أكثر اتجاهاً إلى موقع التواصل الاجتماعي **facebook**، ففي شهر ماي **2010** جذب **facebook** نحو 18 مليون زائر فعلي من الهند، وهو رقم كبير مقارنة مع عدد مشتركي **Orkut**، والبالغ19.7مليون مستخدم وفقاً لأرقام

(1)**São Paulo,** Procuradoria Geral do RJ exige mudanças para não fechar Orkut, **Tecnologia e Games, 21/07/2010, Retrieved : 020- 62011-,**
from http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/07/procuradoria-geral-entra-com-acao-que-pode-fechar-o-orkut-no-brasil.html

(2)From http://creativitydream.wordpress.com/ Retrieved: 252011-02-.

مؤسسة ComScore.[1]

كما استطاع facebook أن يحقق معدل نمو في الهند بلغ 177% بعدد مستخدمين بلغ 6.5 مليون مستخدم، فيما حققت شبكة Orkut معدل نمو محدود بلغ 35%، ليحتل موقع facebook الصدارة ويكون الموقع الاجتماعي الأول.[2]

ز- **موقع** DIG: هو شبكة الكترونية تسمح للناس بتقاسم المضامين أيا كان مصدرها على شبكة الانترنت، كما تتيح للمستخدم تقديم مضامين الشبكة التي يهتمون بها والتصويت لصلح أو ضد ما يصادفه من المضامين التي يعرضها غيره من المستخدمين.[3] وعلى مدى خمس سنوات نمت شعبية موقع DIG وأصبحت تستقبل منذ سنة 2008 حوالي 632 مليون زائر في السنة.[4]

س- **موقع** Last.fm: هو موقع موسيقى يبث من خلال محطات الإذاعة الرقمية أو العديد من أجهزة الموسيقى المحمولة، تأسس في المملكة المتحدة في عام 2002، من طرف Felix Miller وآخرون من ألمانيا والنمسا، وبلغ عدد المستمعين إليه 30 مليون مستمع حسب إحصائيات مارس 2009.[5]

وتم تحديث الموقع عام 2006 حيث اشتمل على عدة تغييرات تمثلت في تطبيق برنامج جديد لتشغيل المحطات الإذاعية. وتحسين نظام الأصدقاء وتحديثه لطلب

---

(1) From http://www.ghanou.com/index.php?act=view&id=1418 Retrieved: 08-2012-03.

(2) Ibid.

(3) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 210.

(4) نفس المرجع، ص 210.

(5)Richard Jones, **Last.fm Radio Announcement**, 24 March 2009. Retrieved: 12--09 2011.
From http://blog.last.fm/2009/03/24/lastfm-radio-announcement

الصـداقة في اتجـاهين، إضـافة إلى "لوحـة" Last.fm حيـث يمكـن للمسـتخدمين رؤيـة صفحة واحدة على المعلومات ذات الصلة من أجـل التعريـف بهـا، وخيـارات موسـعة لشراء الموسيقى من الانترنت. كما أن الموقع متاح بلغات متعددة، من بينهـا اليابانيـة، والألمانيـة، والإسـبانية، والفرنسـية، والايطاليـة، والبولنديـة، والصـينية، والبرتغاليـة، والسويدية، والروسية، والتركية.(1)

ش- **موقع** Facebook**:** هو موقع لشبكة اجتماعية في الانترنت، تتيح للمستخدمين إنشاء قاعـدة لملامحهـم الشخصـية وشـبكات اتصـال مشـتركة، وعقـد علاقـات صـداقة مـع مستخدمين آخرين، والكتابة عـلى جـدران أصـدقائهم وإنشـاء مجموعـات والانتسـاب إليها، ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين ومحبين لأي شيء يمكن تصوره.(2)

انطلق موقع Facebook كنتاج غير متوقـع مـن موقـع Face Match الانجليـزي التابع لجامعة Harvard، وهو موقـع مـن نـوع Hot or Not يعتمـد عـلى نشر صـور لمجموعة من الأشخاص. ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية(3). وقد قام Mark Zuckerberg بابتكـار Face Match في28 أكتـوبر2003، عنـدما كـان يرتـاد جامعـة Harvard كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء، كان Harvard يقوم بإنشـاء مدونـة

---

(1) **Pete Cashmore,** Viacom Still Buying Last.fm for $450 Million, **April 27, 2007**, **Retrieved: 03-09-2012.**
From http://mashable.com/2007/04/27/lastfm-viacom

(2) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 198.

(3)Tabak، J, Alan, **Hundreds Register for New Face book Website** ،Face mash creator seeks new reputation with latest online project, February 9, 2004, Retrieved: 03-09-2012.
From http://web.archive.org/web/20050403215543/www.thecrimson.com/article.aspx?ref=357292

حول إحدى الفتيات ويحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يثنيه عن التفكير في هذه الفتاة.(1)

بعدها، قام Zuckerberg بتأسيس موقع Facebook عـلى النطـاق thefacebook.Com وتحديدًا في 4نـوفمبر 2004.(2) وقـد أدلى Zuckerberg بـتصريح لجريـدة Harvard Crimson قائلاً، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعـة Harvard، أعتقـد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بـالأمر عـلى نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط.(3)

وفي مــارس2004، فــتح Facebook أبوابــه أمــام جامعــات Stanford, Columbia وYale،(4) وجميع كليات مدينة Boston وجامعـة Ivy League، وشـيئًا فشيئًا أصبح متاحًا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكيـة.(5) وفي

---

(1)Hoffman Claire**, the Battle for Face book**, Rolling Stone, Retrieved: 11-08-2011. From http://www.rollingstone.com/news/story/21129674/the_battle_for_facebook/

(2)**Zachaey M, Sewaed,** Judge Expresses Skepticism about Face book Lawsuit**, The Wall Street Journal, 25,07,2007. Retrieved: 05-01-2010**
From
http://online.wsj.com/article/SB118539991204578084.html?mod=googlenews_wsj

(3)Tabak Alan, **Crimson Staff Writer**, ... Op.cit
From http://www.thecrimson.com/article/2004/2/9/hundreds-register-for-new-facebook-website/

(4)Salle de Presse, **Historique de l'entreprise**, **Facebook**, 01-01-2007, Retrieved: 10-02-2010.
From http://www.facebook.com/press/info.php?timeline

(5) Rosmarin Rachel**, Open Face book, Forbes**. Com, 11-09-2006, Retrieved: 10-02-2010.
From http://www.forbes.com/2006/09/11/facebook-opens-up-cx_rr_0911 facebook.html

شـهر جويليـا مــن عــام 2004، تــم نقــل مقــر Facebook إلى مدينــةPalo Alto في ولايــة California.[1] كما قـام Facebook بإصـدار نسـخة للمـدارس الثانويـة في سـبتمبر مـن عـام 2005.[2]

بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين مـن العديـد مـن الشركـات، ومـن بينهـا شركـة Apple المندمجة وشركة Microsoft.[3] وفي26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمـام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عامًا فأكثر.[4]

وقد أثير الكثير من الجدل حـول موقـع Facebook عـلى مـدار الأعـوام القليلـة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة،[5]كما تم حظر استخدام الموقـع في العديـد مـن جهـات العمـل لإثنـاء المـوظفين عـن إهـدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت الخصوصية واحدة من المشكلات التـي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقـع

---

(1)Salle de Presse..., Op.cit

(2)Dempsey Laura, **Facebook is the go-to Web site for students looking to hook up**, Dayton Daily News 03-08-2006 . Retrieved: 10-02-2011.
From http://ar.wikipedia.org/wiki.

(3) Lacy Sarah, **Facebook, Opening the Doors Wider**, Business Week, 12-09-2006, Retrieved 13-02-2011.
From http://www.businessweek.com/technology/content/sep2006/tc20060912_682123.htm?chan=top+ne

(4)Abram Carolyn, **Welcome to Face book, everyone** ،Facebook2006 ،-09-26 Retrieved 13-12-2011.
From http:// blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130.

(5)**The print edition,** Syria, Red lines that cannot be crossed**, the authorities don't want you to read or see too much, the economist historical archive. Retrieved : 10-09-2012.**
From http://www.economist.com/node/11792330?story_id=11792330

Facebook العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفـاق Mark Zuckerberg السـابقين الذين يزعمون أن Facebook اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهـم وبعـض الملكيـات الفكرية الأخرى.

8- أبرز المخاطر الأمنية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المخاطر الأمنية ليست حكرًا على الشبكات الاجتماعية، بل من الممكـن أن تواجـه أي شخص يستخدم شبكة الانترنت على وجه العموم، ومـن المفيـد التعـرف عـلى أبـرز المخـاطر الأمنية الممكن مواجهتها:

أ- **الاصطياد الالكتروني**: وهذا عن طريق الحصول على معلومات سـواء أكانـت معلومـات شخصية أو مالية، عن طريق الرسائل الالكترونية أو مواقع الانترنت التي تبـدوا وكأنهـا مبعوثة من شركات موثوقة أو مؤسسات مالية وحكومية.[1]

ومن الممكن أن يتم ذلك في أمثلتنا عـلى الشـبكة الاجتماعيـة، بـأن تأتيـك رسـالة مـن المهاجم على البريد الإلكتروني يظهر للمستخدم أنها من فريـق الـدعم الفنـي- الخـاص بشبكة facebook عـلى سـبيل المثـال- ويطلـب فيهـا تحـديث بياناتـه وكلمـة المـرور الخاصة به، وفي الواقع تكون طريقة للصيد، فيجب الحـذر مـن الـرد عـلى مثـل هـذه الرسائل، والتأكد منهـا عـن طريـق التواصـل مـع إدارة شـبكة facebook عـن طريـق موقعهم.

ب- **انتحـال الشخصـية Identity theft:** يقـوم المهـاجم بانتحـال هويـة المسـتخدم وتزييفها والتظاهر على أنه شخص أو مستخدم ما،[2] فيقوم المهاجم بوضـع اسـم مستخدم بدل اسمه ويضع الصورة الشخصية الخاصة بالمستخدم، وقد يتكلم على

---

(1)Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and My Space . Retrieved: 08-12-2011.
From http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAMCIS2007.pdf

(2)From http://ar-ar.facebook.com/policy.php, Retrieved: 25-12-2011.

لسانه، وينشر أشياء غير لائقة أو يتكلم بكلام بديء، ويمكـن تبليـغ إدارة الموقـع عنـد التعرض لهذا الانتحال.

ت- **الإغـراق Spam**: وهـو بريـد الكـتروني غـير مرغـوب فيـه، حيـث يتعـرض كثـير مـن مستخدمي الشبكات الاجتماعية لمشكلة الإغـراق، وكلـما قـام أحـدهم بـالتعليق عـلى إحدى الصور الخاصة بالمستخدم وغيرها من الأنشطة، تأتي رسالة على بريده الالكتروني مما يؤدي في بعض الأحيان إلى عدم استجابة البريـد الالكـتروني عنـد محاولـة الوصـول إليه، أو مسح رسائل مهمة أثناء مسح المستخدم لهذه الرسائل.

ث- **سرقة المعلومات وتعديلها**: وتتم في الغالب عن طريقthird party، ومن الممكـن أن يكونون من الأشخاص الذين طوروا التطبيقـات عـلى الشـبكة الاجتماعيـة، فاسـتخدام التطبيقات كما قلنا يسـمح لمطوريهـا بـالإطلاع والتعـديل عـلى المعلومـات الشخصـية للمستخدمين.[1]

9-تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية في البلدان العربية.

لقد منحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء كونيا لممارسة الرفض والتعبير بعيدا عن آليات المنـع والقمـع، ومختلـف أشـكال الإقصـاء والتضـييق عـلى الـوعي المخـالف لتوجهات الدولة العربية. وهذا الاحتكار أفرغ مفاهيم من قبيل، الديمقراطية والحريـة والاخـتلاف والحقـوق والواجبـات – بمـا هـي قـيم للمواطنـة – التـي كانـت ممارسـة مشروطة بدرجة الولاء والقرب من السلطة وهياكلها. وهذا ما خلق عـلى الـدوام حالـة من الرفض، فتحول الرفض الصامت إلى رفض صارخ، ممنهج ولو افتراضيا، متحولا بـذلك

(1) نوف بنت مبارك عبد الـلـه، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، المقالات العلميـة، مركـز التميـز لأمـن المعلومات، ص 10.

من المعارضة الإيديولوجية إلى المعارضة الميديولوجية التي أثمرت في حركة وعي جديد قاد الثورة واسقط الاستبداد الذي استخف بقدرتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي, هذه المواقع التي لا يمكن أن تستوعب الخطاب الموجه لخدمة القضايا الوطنية ما لم يتم مباشرة بإصلاحات واقعية تنمي لدى الشباب الإحساس بمفهوم الوطنية الملتبس مع مفهوم الدولة بتجلياتها المرفوضة، فالاستجابة الآن هي لخطاب الثورة المضاد للدولة، أما خطاب خدمة القضايا الوطنية من داخل الدولة القائمة، فينظر إليه غالبا كنوع من التملق للسلطة لأنها اختزلت الوطن في هياكلها ومنظومتها المتشعبة، في ظل واقع عام تم تشكيله وتكريسه وصياغته بآليات قمع ناعمة حينا وعنيفة أحيان أخرى، ليبدو حقيقة ثابتة وقدرا محتوما.

ومع التطور المتسارع في منظومة وسائل الاتصال والإعلام المباشرة وجدت غالبيةٌ من الشباب العربي عزاءها في مواقع التواصل الاجتماعي، عبر شبكة الانترنت. وقد كان ظهور facebook وtwitter نقلة نوعية، فتحتْ آفاقا أوسع أمام شباب المنطقة، للتواصل مع أصدقاء في مختلف دول العالم والاحتكاك بهم والتعبير بكل حرية وفي كثير من الأحيان بأسماء مستعارة عن أفكارهم وأحلامهم وقدراتهم البناءة، آملين أن تتحول هذه الحرية المتاحة في المجال الافتراضي إلى واقع يعيشونه في الحياة اليومية. لأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تخلق ثورات، بل يخلقها الفقر والغضب والحكام المستبدون.

فجيل facebook وtwitter اليوم، أسقط النظام في تونس ومصر وليبيا، وألهب انتفاضة عارمة في ليبيا، وأجبر الرئيس الجزائري والرئيس المغربي على إعلان إصلاحات أهمها رفع حالة الطواريء، وألهب انتفاضة عارمة في سوريا.

وكانت البداية بتبادل صور جسد الشاب محمد البوعزيزي المحترق، على موقع facebook كان كفيلا بحشد تحرك جماعي انطلقت شرارته من مدينة "سيدي بوزيد" الصغيرة، لتعم تونس بأكملها ويصل ضفاف النيل، ويزيح رئيسين عمرا طويلا وكانت شعوبهما تنتظر أن يغادرا "الكرسي" على النعش، ولم تجد نفعا محاولة السلطات في

البلدين في حجب مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كان مستخدمو هذه الوسائط يجدون في كل مرة السبيل لولوجها، لبث معلومات عن آخر التطورات في البلدين أول بأول، كما تجند التونسيون بعد نجاحهم في إزاحة بن علي من الحكم، لتقديم خبرتهم لنظرائهم المصريين على موقع facebook، واستغلت التنظيمات السياسية والمعارضة في البلدين الأمر للترويج لمبادئها وحشد مؤيدين لها بهدف دفعهم للمشاركة السياسية في المجتمع، والنتيجة كانت حمل الحكومتين في تونس ومصر لأخذ مطالب الشعبين على محل الجد وتغير خطابهما.

ويظل السؤال عن كيفية تسخير وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة هذه، لتعبئة المواطنين وتشجيعهم على المشاركة في صناعة مستقبلهم الوطني، هو الأهم. ذلك أن رهان الوصول إلى أعماق المجتمع والتفاعل معه، بكافة أجياله، هو الضامن الأساسي لجعل حركية التغيير مستمرة متجددة من تلقاء نفسها، إذ من الضروري أن تكون نزعة النقد وحرية التعبير وفضح الحقائق والمساءلة الموضوعية والمطالبة بالحقوق ثقافة راسخة متأصلة ونسق حياة متكامل، حتى يتطابق الواقع الافتراضي مع الواقع المعاش، وهذا ما تجسد من خلال ظهور تنظيمات سياسية جديدة وجمعيات أهلية في الوطن العربي، يعود أصل نشأتها إلى مواقع التواصل الاجتماعي، التي تجاوزت حقيقة الدور الإخباري لوسائل الإعلام، وحققت الأهم بخلق التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة. فتأثير وسائل الإعلام الاجتماعية ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، إذ قطعت هذه الأخيرة أشواطا كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديدا. ويمكن القول أن نجاح التعبئة في العالم الافتراضي يعود إلى الأسباب التالية:

- إتقان الشباب لاستعمال التكنولوجيات الحديثة؛
- رفض الشباب لهياكل التعبئة التقليدية؛
- واحتكار النظام السابق وتشويهه للأماكن العامة ووسائل الإعلام.

ومع ذلك، فهناك بعض الانحرافات الخطيرة على مواقع التواصل الاجتماعي، التي تم التلاعب بها من قبل بعض القوى المناهضة للتغيير والتي تلجأ إلى التضليل. كما أن أكبر عيب في الشبكات الاجتماعية هو سماحها لمستخدميها بإخفاء هويتهم، مما يحد من مصداقية المعلومات المتداولة على الإنترنت. ولكننا بحاجة إلى هذه المواقع في الوقت الراهن أكثر من أي وقت مضى لمواصلة تعبئة الشباب، خصوصا بهدف تعزيز الأنشطة الاجتماعية والسياسات الديمقراطية.

II/موقع التواصل الاجتماعي Facebook

شبكة Facebook **كنموذج للدراسة.**

سيتم التركيز في هذه الدراسة على شبكة Facebook كنموذج، لأنه الأكثر استخداما منذ ظهور الشبكات الاجتماعية في العالم الافتراضي.

فقد أحدث موقع التواصل الاجتماعي Facebook منذ إطلاقه طفرة غير مسبوقة في عالم الدردشة والتعارف عبر الإنترنت لما يقدمه من سلاسة ويسر في التعامل، وما يتيحه من إمكانية لمشاركة الصور، والبيانات، وتدوين الخواطر، والكتابات. فقد خلق هذا الموقع عالما افتراضيا مميزا للمتصفحين والمدونين وهواة الدردشة. ولعل في جهوده المتواصلة لإدخال خواص جديدة وغير معهودة، ما يبرر الإقبال المستمر على تسجيل العضوية فيه، وازدياد عدد مستخدميه.

1- ما هو Facebook؟

إن جل الباحثين أو المتحدثين عن الإعلام الجديد يجتهدون في تقديم وصف لموقع التواصل الاجتماعي هذا.

فحسين شفيق يعرفه بأنه "موقع لشبكة اجتماعية في الانترنت يتيح للمستخدمين إنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية، وشبكات اتصال مشتركة، وعقد علاقات صداقة مع

مستخدمين آخرين، والكتابة على جدران أصدقاءهم، وإنشاء مجموعات والانتساب إليها، ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين ومحبين لأي شيء يمكن تصوره."[1]

كما يشير وائل مبارك خضر فضل الله إلى أنه "موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، وهو مصطلح يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خاصة في الجامعات الأجنبية.[2] ولكن خدمات موقع التواصل الاجتماعي تطورت وأصبحت اليوم متاحة لكل الفئات والمؤسسات.

فيما يركز مؤسسه Mark Zuckerberg على أنه "موقع ويب مجاني خاص- محدود المسئولية كملكية خاصة لشركة Facebook، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم."[3]

نستنتج من مجموع التعاريف السابقة أنFacebook خدمة مجانية خاصة وفرتها شبكة الانترنت كموقع للتعارف، والتواصل، والاتصال، والدردشة، والتفاعل، والبحث عن الأصدقاء القدامي والافتراضيين، ذوي نفس الاهتمامات، حيث تتعدد مواضيع

---

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 198.

(2) وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر Facebook على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، السودان، 2010، ص6.

(3)Mark Zuckerberg, **By The Numbers: Billionaire Bachelors**, Read the full story Steven Bertoni and Erin Gell, Home Page for the World's Business Leaders, Forbes.com. Retrieved 22 -13-2011.

From http://www.forbes.com/2008/09/16/billionaire-bachelors-single-lists.

مستخدميه بين الصور، والفيديوهات، والأخبار، والمعارف في مختلف المجالات، والإعلانات، والتسوق،..الخ.

2- نشأة موقع Facebook

انطلق موقع Facebook كنتاج غير متوقع من موقع Face Match الانجليزي التابع لجامعة Harvard، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص. ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية[1].وقد قام Mark Zuckerberg بابتكار Face Match في 28 أكتوبر 2003، عندما كان يرتاد جامعة Harvard كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء، كان يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يثنيه عن التفكير في هذه الفتاة.[2]

ووفقًا لما نشرته جريدة Harvard Crimson، فإن Mark Zuckerberg استخدم صورًا مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية، مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكي يتمكن من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة Harvard.[3]

(1)Tabak، J, Alan, **Hundreds Register for New Face book Website** ،Face mash creator seeks new reputation with latest online project ، February 9, 2004, Retrieved:09-10-2011.
From
http://web.archive.org/web/20050403215543/www.thecrimson.com/article.aspx?

(2)Hoffman Claire, **the Battle for Face book, Rolling Stone**, 28-06-2008,. Retrieved: 09-10-2011.
From http://www.rollingstone.com/news/story/21129674/the_battle_for_facebook/

(3) Brien Luke، **Poking Face book**, 02138, December 2007, 26-06-2010. Retrieved: 09-10-2011.
From http://ar.wikipedia.org/wiki

وهذا ما أدى إلى غلقه بعد بضعة أيام من قِبل إدارة الجامعة، حيث قامت إدارة الجامعة باتهام Zuckerberg بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف، والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة، دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى. ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر(1) ويستطرد Zuckerberg ذلك قائلاً: "هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقةً عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر(2) ولكن سرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي.

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام Zuckerberg بتأسيس موقع Facebook على النطاق thefacebook.Com وتحديدًا في4 نوفمبر 2004.(3) وقد أدلى Zuckerberg بتصريح لجريدة Harvard Crimson قائلاً، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة Harvard، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط(4)

---

(1) Katharine, A, Kaplan, **Crimson Staff Writer, Face mash Creator Survives Ad Board**, The Harvard Crimson journal,19-11-2003, Retrieved, 22-05-2010.
From http://www.thecrimson.com/article/2003/11/19/facemash-creator-survives-ad-board-the/, Retrieved: 10-10-2011.

(2) Brien Luke، … Op_cit.

(3)**Zachaey M, Sewaed,** Judge Expresses Skepticism about Face book Lawsuit, **The Wall Street Journal, 25-07-2007. Retrieved 05-01-2010**
From
http://online.wsj.com/article/SB118539991204578084.html?mod=googlenews_wsj

(4)Tabak Alan, Crimson Staff Writer ...Op_cit.

ويجدر للـذكر أن Mark Zuckerberg قـام بتأسـيس Facebook بالاشـتراك مـع كـل منChris Dustin Moskovitz وHughes الذين تخصصا في دراسـة علـوم الحاسـب، وكانـا رفيقي Zuckerberg في سكن الجامعة، عندما كان طالبًا في جامعةHarvard[1].

كما كانت عضوية الموقع محصورة في بداية الأمر على طلبة Harvard College أقـدم كليات جامعة Harvard، وخلال الشـهر الأول مـن إتاحـة الموقـع للاسـتخدام، قـام أكـثر مـن نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسـجيل في هـذه الخدمـة.[2] وبعـد فـترة وجيـزة، انضـم كـل مـن - Eduardo Saverinالمـدير التنفيـذي للشركـة Dustin Wand-Moskovitz، والمـبرمج Andrew McCollum، والرسـام الجرافيـك Chris Hughes إلى Zuckerberg لمساعدته في تطوير الموقع.[3]

وفي مارس2004، فتح facebook أبوابه أمام جامعـات Stanford, Columbia وYale،[4] وجميع كليات مدينة Boston وجامعة Ivy League، وشـيئًا فشـيئًا أصـبح متاحًـا للعديـد مـن الجامعـات في كنـدا والولايـات المتحـدة الأمريكيـة.[5] وفي

---

(1)**Eric Eldon,** 2008 growth puts Facebook in better position to make money, **Venture Beat, 16-03-2011, Retrieved 10-10-2011.**
From http://venturebeat.com/2008/12/18/2008-growth-puts-facebook-in-better-position-to-make-money/

(2)Phillips, Sarah, **A brief history of Face book. Guardian News and Media Limited**, 25-07-2007, Retrieved : 10-10-2011
From http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia

(3) Salle de **Presse, Historique de l'entreprise, Face book,** 01-01-2007, Retrieved : 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/press/info.php?timeline

(4)Salle de Presse … Op_cit.

(5)Rosmarin Rachel, **Open Face book, Forbes. Com**, 11-09-2006, Retrieved 10-10-2011.
From http://www.forbes.com/2006/09/11/facebook-opens-up-cx_rr_0911 facebook.html

شـهر جويليـا مـن عـام 2004، تـم نقـل مقـر facebook إلى مدينـةPalo Alto في ولايـة California.[1] كـما قـام facebook بإصـدار نسـخة للمـدارس الثانويـة في سـبتمبر مـن عـام 2005.[2]

بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد مـن الشركـات، ومـن بينهـا شركـة Apple المندمجة وشركة Microsoft.[3] وفي26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمـام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عامًا فأكثر.[4]

وقد أثير الكثير من الجـدل حـول موقـع Facebook عـلى مـدار الأعـوام القليلـة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة،[5] كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت الخصوصية واحدة من المشكلات التـي يواجهـا

---

(1)Salle de Presse … Op_cit.

(2)Dempsey Laura, Face **book is the go-to Web site for students looking to hook up**, Dayton Daily News, 03-08-2006 , Retrieved 05-01-2010
From http://ar.wikipedia.org/wiki

(3) Lacy Sarah, **Face book, Opening the Doors Wider**, Business Week, 12-09-2006, Retrieved 10-10-2011.
From
http://www.businessweek.com/technology/content/sep2006/tc20060912_682123.htm ?chan=top+ne

(4)Abram Carolyn, **Welcome to Face book, everyone** ،**Face book**2006 ،-09-26, Retrieved 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130.
- Terms of Use, Face book, Retrieved Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/terms.php

(5)**The print edition, Syria**, Red lines that cannot be crossed, the authorities don't want you to read or see too much**, the economist historical archive, Retrieved 10-10-2011.**
From http://www.economist.com/node/11792330?story_id=11792330

رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طـرفي النـزاع. كـما يواجـه موقـع Facebook العديد مـن الـدعاوى القضـائية مـن عـدد مـن رفـاق Mark Zuckerberg السـابقين الـذين يزعمون أن الموقع اعتمد على سرقة الكود الـرئيسي الخـاص بهـم وبـبعض الملكيـات الفكريـة الأخرى.

3- سمات الموقع

يتضمن Facebook عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانيـة التواصـل مـع بعضهم البعض. ومن بين هذه السمات:

أ- سمة Wall أو لوحـة الحـائط: وهـي عبـارة عـن مسـاحة مخصصـة في صـفحة الملـف الشـخصي لأي مسـتخدم، بحيـث تتـيح للأصـدقاء إرسـال الرسـائل المختلفـة إلى هـذا المستخدم.(1)

ب- سمةPokes أو النكزة: التي تتيح للمستخدمين إرسال"نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عـن إشـعار يخطـر المسـتخدم بـأن أحـد الأصـدقاء يقـوم بالترحيب به.(2)

ت- سمة الصور: والتي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهـزتهم إلى الموقع.(3)

---

(1) Der Kevin, **Facebook is off-the-wall, Le blog Facebook**, 27 juillet 2007, Retrieved 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=3532972130

(2)**Inbox, Messages and Pokes. Face book**, Retrieved; 10-10-2011.
http://ar.wikipedia.org/wiki

(3) Doug Beaver, **the Facebook Bifts. Face boo**k, 21 mai 2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2406207130

ث- سمة Status أو الحالة: هذه الخدمة تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.(1)

ج- سمة Feed News أو التغذية الإخبارية: تم الإعلان عن هذه سمة في 6 سبتمبر من عام 2006، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل: التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.(2)

وفي بداية الأمر، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي Facebook، حيث شك البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبّر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية، مثل: التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين(3).

وردًا على تلك الحالة من الاستياء، قدم Zuckerberg اعتذارًا عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد. ومنذ ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية. فضلاً عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها، مثل: التغيير

(1) Andrew Ramadge, **Technology Reporter**, November 26, 2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.news.com.au/technology/facebook-is-reconsidering-the-word-is/story-e6frfro0-111111496705

(2) Sanghvi Ruchi**, Facebook Gets a Facelift, Facebook** , 06-09-2006, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2207967130.

(3) Lacy Sarah … Op_cit.

في الملف الشخصي، أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم، والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرًا.(1)

ح- تطبيق Photos: حيث يوفر Facebook لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل: موقعيPhoto Bucket وFlicker الذين يضعان حدًا لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها. ففي الماضي، كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد. وعلى الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء ألبومات بعدد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة .وحتى الوقت الراهن، لم يتمكن أحد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك.(2)

ويجدر للذكر، أنه يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة ألبوم معين. فعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما، بحيث تتيح لأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي Facebook مشاهدة هذا الألبوم.

(1) Gonsalves Antone, **Face book Founder Apologizes In Privacy Flap**, Users Given More Control. InformationWeek, 08-09-2006, Retrieved: 10-10-2011. From http://www.informationweek.com/news/internet/ebusiness/showArticle.jhtml?articleID=192700574

(2) **How can I add more than 60 photos to an album**, Forum de discussion, face book, 05-12-2007, Retrieved: 10-10-2011. From http://www.facebook.com/topic.php?uid=2305272732&topic=4947

خ- سـمة Facebook Notes أو تعليقـات Facebook: وهـي سـمة متعلقـة بالتـدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها. وقد تمكن المستخدمون في وقـت لاحق من جلب المدونات من مواقعZhanga وLive Journal وBlogger وغيرها مـن المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التـدوين.(1) وخـلال الأسـبوع الـذي وافـق7 أفريـل 2008، أصدر Facebook تطبيق إرسال رسائل فوريـة إلى شـبكات الاتصـال باسـتخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم Chat.(2) ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانيـة التواصل مع أصدقائهم، وهـو يشـبه في أداء وظيفتـه بـرامج إرسـال الرسـائل الفوريـة الموجودة على سطح المكتب.

د- سمة Gifts: في8 فيفري عام 2007، أطلق Facebook سمةGifts أو الهدايا، التي تتيح للمسـتخدمين إرسـال هـدايا افتراضـية إلى أصـدقائهم تظهـر عـلى الملـف الشـخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.(3)

ذ- سمة Marketplace Facebook أو السوق: أطلق Facebook هذه السـمة في14مـاي 2007، وهي خدمة يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.(4)

---

(1) Abram Carolyn, **Welcome to Face book, everyone, Face book**, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130

(2) **Face book, April 6, 2008 Press Release, Press release**, 06-04-2008, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/press/releases.php?p=27681

(3) Jared Morgenstern, **Give gifts on Face book, Facebook,** 02-02-2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2234372130

(4) Ibid.

ر- سـمة Beacon Facebook: أعلـن موقـع Facebook عـن إطـلاق هـذه السـمة في 7نوفمبر2007، وهي مبادرة تسويقية تتيح للمواقع المختلفة الإعلان عن الأنشطة التي يقوم بهـا المسـتخدمون عـلى ملفـاتهم الشخصـية في صـورة إعلانـات بهـدف الـترويج للمنتجات.(1)

- سـمة Facebook Beta: في 2008 قـدم Facebook إمكانيـةFacebook Beta، وهـي عبـارة عــن إعــادة تصــميم مبتكــرة لواجهــات الاســتخدام الخاصــة بمســتخدمي Facebookعلى شبكات محددة. كما تم دمج سمتيMini-Feed وWall، وتم فصـل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كـما تـم بـذل جهـد بـالغ مـن أجـل التوصل إلى شكل أكثر تنظيمًا.(2)

4- قبول موقع Facebook لدى مستخدمي الاتصال الرقمي.

وفقًا لما ذكرته شركة Com Score، يعد Facebook أشهر موقع للتواصـل الاجتماعـي، وذلك استنادًا إلى عدد المستخدمين الجدد الذين يرتادونه شهريًا، حيـث أشـارت com Score إلى أن Facebook تمكن من اجتذاب132.1 مليون من المستخدمين الجـدد في جـانفي 2008، مقارنةً بموقع MySpace الذي اجتذب 117.6 مليون مستخدم.(3)

---

(1) Press release, **Leading Websites Offer Face book Beacon for Social Distribution**, Press release, Retrieved: 12-10-2011.
From http://www.facebook.com/press/releases.php?p=9166

(2) Heather Haven stein, **Face book Facelift Targets Aging Users and New Competitors**, the new work times, 21-07-2008. Retrieved: 12-10-2011.
From
http://www.nytimes.com/idg/IDG_852573C4006938800025748D0064C292.html?ref=technology

(3) Reston VA, **Social Networking Explodes Worldwide as Sites Increase their Focus on Cultural** Relevance, Com Score, 12-12- 2008. Retrieved: 12-10-2011.

ووفقًا للإحصائيات التي قامت بها بوابة Alexa، فإن ترتيب الموقع بين جميع المواقع المتاحة قد ارتفع من المركز الستين ليحتل المركز السابع من حيث مدى إقبال المستخدمين عليه على مستوى العالم، وذلك في الفترة من سبتمبر 2006 وحتى سبتمبر 2007، ويحتل الموقع حاليًا المركز الخامس.[1] وتضع مؤسسة Kwantcast لتقييم المواقع الإليكترونية Facebook في المركز الخامس عشر في الولايات المتحدة وفقًا لإقبال المستخدمين عليه،[2] بينما يضعه موقع Combet في المركز الرابع عشر في الولايات المتحدة.[3]

كما يعد Facebook أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية في العديد من الدول الناطقة باللغة الإنجليزية، ومن بينها كندا،[4] والمملكة المتحدة.[5] حيث نال العديد من الجوائز، وكان واحدًا من بين أفضل 100 موقع، حسب المسابقة التي نظمتها مجلة BC

From http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2008/08/Social_Networking_World_Wide

(1) **Related info for, facebook.com,** Alexa Internet, Retrieved: 12-10-2011. From http://www.alexa.com/search?q=facebook&p=&r=

(2) **Web Site Audience Profile, facebook.com**, Quant caste, Retrieved: 12-10-2011. From http://www.quantcast.com/facebook.com

(3) **Snapshot of facebook.com,** Compete.com, Retrieved: 12-10-2011. From http://siteanalytics.compete.com/facebook.com/?metric=uv

(4) Yum Kenny, **Facebook says 'Thanks,** Canada, National Post, 18-05-2007. Retrieved: 09-09-2011. From http://network.nationalpost.com/np/blogs/posted/archive/2007/05/18/facebook-says-thanks-canada.aspx

(5) Malkin Bonnie, **Facebook is UK's biggest networking site. The Daily Telegraph**, 26-09-2007, Retrieved: 09-09-2011. From http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1564092/Facebook-is-UKs-biggest-networking-site.html

B عـام 2007.[1] كـما نـال جـائزة People's Voice Awa rd، إحـدى جـوائزWebby عـام 2008.[2] وفي دراسة أجرتها مؤسسة Student Monitor عام 2006، - وهي شركـة متخصصـة في دراسـة توجهـات الطلبـة في الجامعـات تتخـذ مـن ولايـة New Jersey مقـرًا لهـا -، أن Facebook يحتل المرتبة الثانية بين طلبة الجامعات مقترنًا بشراب البيرة، بعد أجهزة Ipod.[3]

5- استخدام Facebook في البلدان العربية.

كشفت عملية مسح لترتيب المواقع في مختلف بلدان العالم، بحسب بوابـة Alexa، أن شبكة google العالمية لا زالت تحتل الريادة في الدول الأكثر تطـورا، مثـل: الولايـات المتحـدة الأمريكية، واليابان، وألمانيا، وبريطانيا العظمى، وكندا، والسويد، وسويسرا، وكوريـا الجنوبيـة، وبلجيكـا،...الـخ. في حـين تحتـل شـبكة التواصـل الاجتماعـي Facebook، الريـادة في الـدول المتخلفة، على غرار مصر والأرجنتين والجزائر والمغرب ونيجيريا وليبيا...الخ، وهو المعطى الذي يمكن تفسيره بأن له علاقة بالفراغ الاجتماعي والاقتصادي الذي تعيش فيه مجتمعـات الـدول المتخلفة.[4]

---

(1) Chloe Albanese's, **Social Networking. PC Magazine**, 2007-08-13. Retrieved: 09-09-2011.
From http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2169354,00.asp

(2) **the webby a wards, 12th Annual Webby Awards Nominees**, International Academy of Digital Arts and Sciences, Retrieved: 09-09-2011.
From http://www.webbyawards.com/webbys/current.php?season=12

(3) San Jose, **Survey: College Kids Like IPods Better Than Beer**, FOX News. Com, 08-06-2006, Retrieved: 09-09-2011.
From http://www.foxnews.com/story/0,2933,198632,00.html

(4) محمد مسلم، حزب Facebook يهزم الأحزاب ويفضح إفلاسها، الشروق اليومي، 08.242011.

ويعتمد الحديث عن مدى انتشار برامج الإعلام الحديث والشبكات الاجتماعيـة، عـلى المعطيات الإحصائية التي تصدرها المراكز المتخصصة، حيث يشير التقريـر الأول حـول الإعـلام الاجتماعي في العالم العربي على سبيل المثال، إلى تنامي العدد الإجمالي لمستخدمي Facebook في العالم العـربي 9.11 مليـون مسـتخدم، أي بنسـبة 78% في جـانفي 2010، إلى 21.3 مليـون مستخدم في ديسمبر من العام نفسه، علماً أن الشـباب يشـكلون 75% مـن مسـتخدمي هـذا الموقع في العالم العربي.[1]

كما أظهر نفس التقرير أن الدول الخليجيـة تحتـل المرتبـة الأولى في الاسـتخدام، تليهـا لبنان وفلسطين. حيث يوجد 400474 , فلسطينيا يستخدم الموقع من أصـل 4,409,392 مـن عدد السكان بنسبة 10,76%، وهي نسبة عالية مقارنة بدول عربية أخرى مثل: الجزائر التـي لا تتعدى النسبة فيها 4%، والعراق 1,26%، وليبيا 4%، والمغرب 7,55%، وسوريا01%.[2]

أما في ما يخص دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية، تشير الإحصائيات الحديثة إلى أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة46%، فيما سجل دافع الـتماس المعلومات نسبة 26 %فقط".[3] وهذا ما يدل على أن المستخدم العربي لم يستفد بشكل

---

(1) عز الدين مسمح، **مليون مستخدم Facebook في العالم العربي في ديسمبر الماضي**، التقريـر الأول حـول الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، مكتب الرياض، دبي.
From http://aliqtisadi.com/news/11644/25, Retrieved: 09-09-2011.

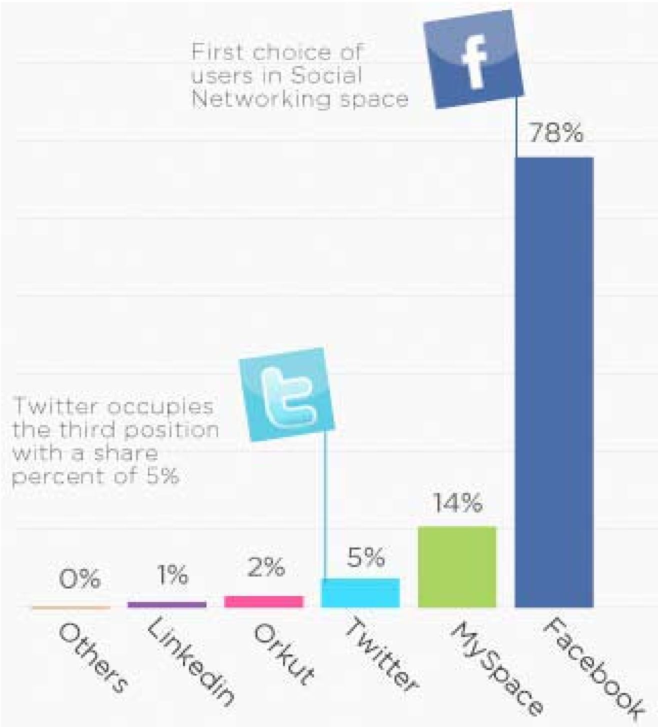
(2) أمين أبو وردة، نحو مشاركة أكثر فعاليـة لاسـتخدامات Facebook فلسـطينيا، شـبكة الانترنـت للإعـلام العربي،
From http://www.amin.org/articles.php?t=opinion&id=13726, Retrieved: 12-09-2011.

(3) موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغـداء، العـراق، 2011، ص27.

فاعل من الفضاءات الالكترونية في مجال التوعية السياسية والديمقراطية.

وهذه بعض الإحصائيات الخاصة باستخدام Facebook، ونبدأ أولا بشكل بياني يوضح نسب الاستخدام للشبكات الاجتماعية في الدول العربية: [(1)]

الشكل البياني رقم 01: يوضح نسب الاستخدام للشبكات الاجتماعية في الدول العربية.



من خلال الشكل التوضيحي أعلاه نلحظ أن شبكة Facebook مثلت نسبة 78% من مجمل استخدامات الشبكات الاجتماعية.

وفي إحصائيات نشرها موقعGoogle في منتصف سنة 2010 حول عدد مستخدمي Facebook في الدول العربية، كانت النتيجة كالآتي:[(2)]

---

(1) نوف بنت مبارك عبد اللـه المبارك، مرجع سبق ذكره، ص5.

(2) نفس المرجع، ص21.

البلد	الترتيب العالمي	عدد السكان	عدد المستخدمين	نسبة المستخدمين
مصر	44	78.158.000	3.581.460	% 4.5823
لبنان	26	4.224.000	962.440	% 22.785
الجزائر	45	34.895.000	928.100	% 2.6597
الأردن	33	6.316.000	923.400	% 14.62

أما أحدث الإحصائيات وهي التي نشرت خلال سنة 2012، فتشير إلى ارتفاع هائل لمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook وهي كالآتي:[1]

أ-**المستخدمون:** أكثر من 300 مليون مستخدم نشط، في المتوسط كل شخص لديه 130 صديق، 6 مليار دقيقة يقضيها المستخدمون على Facebook حول العالم يوميا، أكثر من 40 مليون تحديث لـ status الخاص بالمستخدمين يوميا، أكثر من 10 مليون مستخدم متصفح يوميا.

ب- **التطبيقات:** أكثر من 2 مليار صورة يتم تحميلها شهريا على الموقع، أكثر من 14 مليون ملف فيديو يتم تحميله على الموقع شهريا، أكثر من 2 مليار وصلة يتم المشاركة بها في الموقع شهريا، أكثر من 3 مليون حدث يتم إضافتها للتقويم شهريا، أكثر من 45 مليون من المجموعات النشطة على Facebook.

ت- **النمو العالمي:** أكثر من 70 ترجمة متوفرة للموقع، حوالي70% من مستخدمي Facebook من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

ث- **منصة تشغيل:** أكثر من مليون مطور من أكثر من 180 دولة حول العالم، أكثر من 350 ألف برنامج نشط على Facebook، أكثر من 250 برنامج يحظون بأكثر من مليون استخدام شهريا.

(1)From http://karbashat.blogspot.com/2009/10/blog-post_07.html, Retrieved: 19-02-2012

– **الموبايل:** هناك أكثر من 65 مليون مستخدم يصلون Facebook عن طريق الموبايل.

6- استخدام Facebook في الجزائر.

في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي وأبرزها Facebook، والتي غزت المجتمع الجزائري، كغيره من المجتمعات العربية والأجنبية. أضحى عدم مواكبة تلك التقنيات الحديثة نوعاً من الهروب السلبي والتخلف، نظرا لتحوله لأداة فعالة في مختلف جوانب الحياة.

فقد قفزت شبكة التواصل الاجتماعي Facebookإلى مقدمة كبرى المواقع العالمية والمحلية في البلاد من حيث الإقبال، مزيحة بذلك شبكة Google المعروفة بخدماتها المتعددة، حيث وصلت نسبة المقبلين عليها إلى 70% منذ جانفي 2011، وهذا تطور لافت يكشف مدى اهتمام الجزائريين بهذا النوع من التواصل.(1)

ويجدر للذكر، أن تزايد أعداد المنتسبين لـ Facebook في الجزائر، تزامن مع ما عرف بـ "ثورة الخبز والزيت"، التي شهده الشارع الوطني، استئناسا ببزوغ فجر ثورات الشارع العربي ضد حكامه الديكتاتوريين.(2)

فحسب البوابة العالمية Alixa، فإن عدد الجزائريين الذين يملكون حسابا في Facebook وصل إلى مليونين و443 ألف متعاط، وكان عدد منتسبي الشبكة حوالي مليون مشترك في جانفي 2010، ما يعني أن نسبة الزيادة قاربت 70%، حيث يمثل هذا الرقم ثلث الموصولين بالإنترنيت في الجزائر الذين تقدرهم السلطات الرسمية بـ 6 ملايين

(1) محمد مسلم، مرجع سبق ذكره.

(2) نفس المرجع.

مواطن، غير أن الذين يبحرون عبر الشبكة العنكبوتية يتعدى هذا الرقم بكثير بالنظر إلى العدد الكبير من الأشخاص الذين يرتادون مقاهي الانترنت يوميا.[1]

غير أنه منذ مطلع 2011 شهد حجم الإقبال على Facebook تناميا لافتا، بحيث بلغ عدد الذين يملكون حسابا في شبكة التواصل الاجتماعي، في نهاية فيفري2011، في حدود مليون و600 ألف، ثم مليونين في نهاية أفريل2011، ومليونين و200 ألف في نهاية جوان2011، قبل أن يصل العدد إلى مليونين و443 ألف متعاط مع نهاية شهر أوت2011.[2]

- **استخدام** Facebook **في الجزائر.**

في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي وأبرزها Facebook، والتي غزت المجتمع الجزائري، كغيره من المجتمعات العربية والأجنبية. أضحى عدم مواكبة تلك التقنيات الحديثة نوعأ من الهروب السلبي والتخلف، نظرا لتحوله لأداة فعالة في مختلف جوانب الحياة.

فقد قفزت شبكة التواصل الاجتماعي Facebookإلى مقدمة كبرى المواقع العالمية والمحلية في البلاد من حيث الإقبال، مزيحة بذلك شبكة Google المعروفة بخدماتها المتعددة، حيث وصلت نسبة المقبلين عليها إلى 70% منذ جانفي 2011، وهذا تطور لافت يكشف مدى اهتمام الجزائريين بهذا النوع من التواصل.[3]

ويجدر للذكر، أن تزايد أعداد المنتسبين لـ Facebook في الجزائر، تزامن مع ما عرف بـ "ثورة الخبز والزيت"، التي شهده الشارع الوطني، استئناسا ببزوغ فجر ثورات الشارع العربي ضد حكامه الديكتاتوريين.[4]

(1) نفس المرجع

(2) نفس المرجع

(3) محمد مسلم، مرجع سبق ذكره.

(4) نفس المرجع.

فحسب البوابة العالمية Alixa، فإن عدد الجزائريين الذين يملكون حسابا في Facebook وصل إلى مليونين و443 ألف متعاط، وكان عدد منتسبي الشبكة حوالي مليون مشترك في جانفي 2010، ما يعني أن نسبة الزيادة قاربت 70%، حيث يمثل هذا الرقم ثلث الموصولين بالإنترنيت في الجزائر الذين تقدرهم السلطات الرسمية بـ 6 ملايين مواطن، غير أن الذين يبحرون عبر الشبكة العنكبوتية يتعدى هذا الرقم بكثير بالنظر إلى العدد الكبير من الأشخاص الذين يرتادون مقاهي الانترنت يوميا.(1)

غير أنه منذ مطلع 2011 شهد حجم الإقبال على Facebook تناميا لافتا، بحيث بلغ عدد الذين يملكون حسابا في شبكة التواصل الاجتماعي، في نهاية فيفري2011، في حدود مليون و600 ألف، ثم مليونين في نهاية أفريل2011، ومليونين و200 ألف في نهاية جوان2011، قبل أن يصل العدد إلى مليونين و443 ألف متعاط مع نهاية شهر أوت2011.(2)

ويشكل الرجال الأغلبية الساحقة من المشتركين، بمليون و613 ألف مشترك، أي نسبة 68% من العدد الإجمالي، فيما يمثل العنصر النسوي ما نسبته 32% الباقية، وقد وصل عددهن إلى 750 ألف و700 مشتركة في الشبكة الاجتماعية.(3) وهذا ما يبينه الرسم البياني التالي:

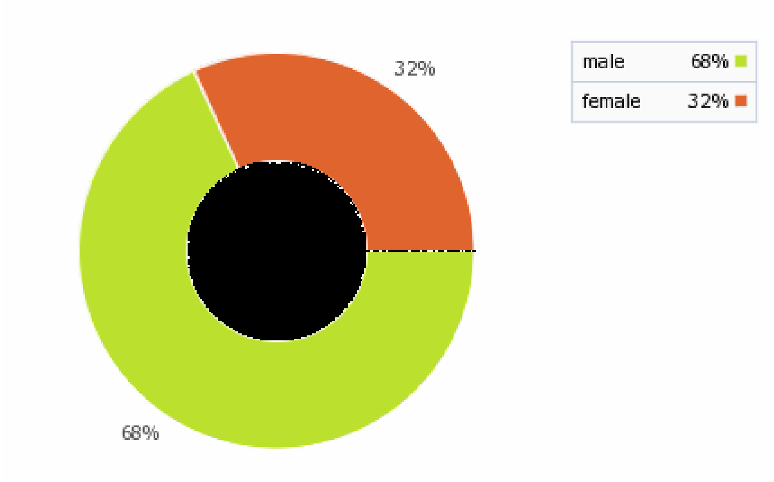
---

(1) نفس المرجع

(2) نفس المرجع

(3) نفس المرجع

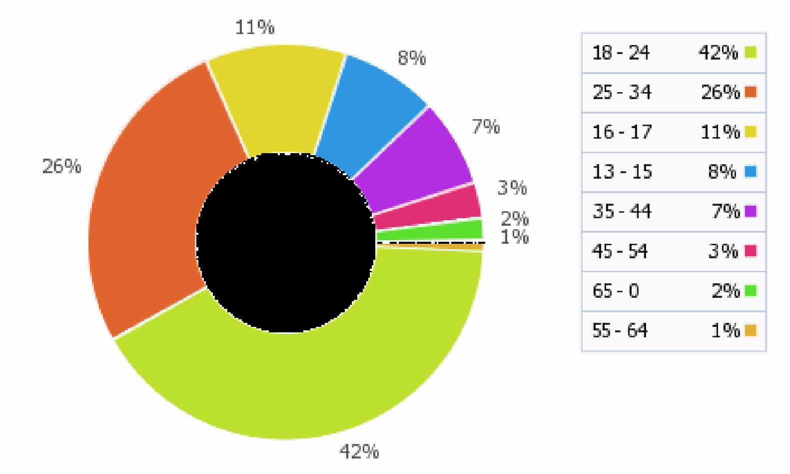
الشكل البياني رقم 02: يبين التوزيع النوعي لمستخدمي Facebook في الجزائر[1]



أما في ما يخص الاستخدام من خلال الفئات العمرية، فيكشف الإحصاء أن 3501162 من المستخدمين من الفئة العمرية 2418-، تليها الفئة العمرية من25- 34 بنسبة 26%، من مجموع الفئات العمرية الأخرى.[2]

(1)From http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria, Retrieved: 19-02-2012.
(2) Ibid.

الشكل البياني رقم 03: يبين التوزيع العمري لمستخدمي Facebook في الجزائر[1].



في نفس السياق، كشفت دراسة أخرى تطرقت للفئات العمرية أن463 ألف و380 شخص، من المنتسبين لـ Facebook لا يتعدى سنهم 17 سنة، أي ما نسبته 19% من عدد المشتركين، بينهم 282 ألف و380 مشترك من صنف الذكور و180 ألف و740 من الإناث.[2]

وفي ما يخص المواضيع المطروحة للنقاش لدى مستخدمي Facebook الجزائريين، فإنها تتنوع حسب الفئات العمرية، فبينما تركز الفئات العمرية التي يعتبر أصحابها مراهقون، على المواضيع الرياضة والاجتماعية كالتعارف، تم رصد وجود مجموعات تطرح مواضيع سياسية، على غرار مجموعة تطلق على نفسها "الشباب الجزائري الحر" التي وضعت تغيير النظام هدفا لها، أسوة بما حدث في بعض البلدان العربية، لكن هذه المجموعة لم تتمكن من تجنيد عدد كبير من المتبنين للفكرة.[3]

(1) Ibid.

(2) محمد مسلم، مرجع سبق ذكره.

(3) نفس المرجع

وبالمقابل، نجحت فئات عمالية في تجميع أبناء المهنة وراء المطالب التي رفعوها، على غرار الأطباء الذين تمكنوا من شل قطاع الصحة ليحققوا بعدها أهدافهم، وكذا عمال سونلغاز، إضافة إلى الصحفيين، من خلال ما عرف بـ"المبادرة من أجل كرامة الصحفي."(1)

ومع اختلاف متنفس الجزائريين وتحديدا الشباب، فإن Facebook صار قوة المشتركين في بث المسلسلات والأفلام الفايسبوكية، وفتح حلقات النقاش، وتقريب ألبوم العائلة من كل أفرادها ولو ابتعدت المسافات، لكنه أيضا استطاع أن يجمع شمل الأصدقاء الذين انقطع بينهم الاتصال لسنوات، بفضل زر واحد من مفاتيح الكمبيوتر، ومساحة هامة لروح الدعابة والنكتة.

8- ايجابيات استخدام Facebook

من خلال ما سبق، ومن خلال خبرتنا في استخدام هذا الموقع استطعنا بلورة مجموعة من الايجابيات استخدامه، في ظل نقص الدراسات المتعمقة حول هذا الموقع، وهذه بعض الايجابيات التي زادت من شعبية استخدامه على غرار الكثير من مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى:

أ-**التعليم:** يعد في دول متحضرة أسلوبا رائدا حقق نجاحات كبيرة على كل المستويات التعليمية، مما أغرى الكثير من الباحثين والدارسين إلى البدء بدراسة ذلك أكاديميا، ومعرفة تأثيراته الحالية والمستقبلية والعمل على تطوير أدائه.

ب- **فسح المجال للعلاقات الشخصية:** وجد Facebookأساسا لتسهيل التواصل والتعارف بين الأصدقاء، وفسح المجال للعلاقات الشخصية التي راحت تتطور لدى البعض إلى مشاريع زواج.(2)

---

(1) نفس المرجع

(2)From http://www.maghress.com/almaghribia/100635,17-12-2009, Retrieved: 16-07-2011

ت- **إدارة وتنظـيم حيـاة الأفـراد:** لقـد تحـول موقـع Facebook إلى وسـيلة جيـدة لإدارة وتنظيم حياة الأفراد بدءاً من المواعيد ووصولاً إلى المشتريات. ولكن وفي الوقـت الـذي بات الكثير من الناس يعتبرون، أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مفيد كي يعـبروا عن أنفسهم، يحذر خبراء من أن هذا الأمر قـد يلحـق أفـدح الضرر بهـم، إذ يمكـن أن يكشـف أسراهـم في مكـان العمـل، أو حتـى يكشـف عـن تعليقـاتهم السـاخرة أمـام رؤسائهم.

ث- **تمتين العلاقات مـع الأصـدقاء:** بخـلاف مـا حـذرت منـه عـدة تقـارير حـول التـأثيرات السلبية لمواقع التعارف على العلاقات الحقيقة بين البشر، يرى الكثير من المسـتخدمين أن الدردشة عبر Facebook ساعدت على تمتين العلاقات مع الأصـدقاء، أمـا بخصـوص الانفصال، فأشار تقرير وكالة أنباء CNN إلى أن 10% مـن العلاقـات الغراميـة انتهـت برسالة وجهها طرف لآخر على Facebook، في حـين عـرف 10% أن علاقـتهم بـالطرف الثاني انتهت عندما قام من كـانوا يرتبطـون معهـم بعلاقـات غراميـة بتغيـير وضـعهم الاجتماعي إلى "عازب". وقام 73% من الذين شملهم المسح بإبقاء عشـاقهم السـابقين على قـوائم الأصـدقاء، كـما أظهـرت الدراسـة أن 43% مـن الفتيـات يملـن إلى تحديـد الطرف الذي قد يخرجون معه في مواعيد غرامية بناء على شكل صفحته على فيسبوك، في حين أن هذه النسبة لا تتجاوز معدل 33 % لدى الشبان.[1]

ج- **الاتصال التفاعلي**: هذا الموقع يـوفر للنـاس التفاعـل مـع بعضـها الـبعض، سـوا كـانوا أصدقاء أو أقارب، وحتى البحـث والاتصـال عـن الأصـدقاء القـدامى وإعـادة التواصـل معهم، ولكن هذه المرة افتراضيا وتفاعليا وليس تقليديا.

---

(1) Paule Green, 50 Things You Always Wanted To Know About Facebook But Were Afraid TO Ask, 2009, p05, Retrieved: 16-07-2011
From http: // afraidtoask books, office live .com.

ح- **الترفيه:** يوفر الموقع العديد من الخدمات الترفيهية المسلية، من ألعاب لكل الفئات العمرية، وتبادل للفيديوهات...الخ. وهي في تزايد وتطور مستمر.

خ- **التسوق والإعلان:** من خلال موقع Facebook يستطيع المستخدم الانخراط في الحوار مع العملاء والتكيف مع السوق والتسوق افتراضيا، فضلا عن الخدمات التجارية الخاصة والإعلانات المجانية حول المنتجات أو الخدمات.

9- سلبيات استخدام Facebook

في الوقت الذي بات الكثير من الناس يعتبرون، أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل: facebookو twitterمفيد كي يعبروا عن أنفسهم، يحذر خبراء من أن هذا الأمر قد يلحق أفدح الضرر بهم، لذلك عملنا على إبراز أهم سلبيات هذا الموقع في النقاط التالية:

أ- **الطرد من العمل**: فfacebook يكشف أسرار مستخدميه في مكان العمل، ويكشف تعليقاتهم الساخرة أمام رؤسائهم. وهذا ما دلت عليه الكثير الدراسات، حيث بات المواقع مصدرا متزايدا لتعرض الموظفين إلى التوبيخ أو الفشل في الحصول على وظيفة أو حتى الطرد من العمل، بسبب ما يكتبه الناس فيها من تعليقات تسبب لهم الكثير من المشاكل.(1)

ب- ازدياد حالات الطلاق: فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها موقع facebook الواسع الانتشار، إحدى وسائل الإزعاج لمعظم الأزواج، رغم أهميتها للتواصل مع الأصدقاء والمعارف، إذ تؤكد الإحصائيات أن حالة من بين كل خمس دعاوى طلاق في بريطانيا كان السبب الرئيسي وراءها موقع facebook، ونقلت صحيفة "ديلي ميل" البريطانية أن 20% من الدعاوى كانت من

(1) From http://www.tech-arabia.com/?p=1092, CNN, Retrieved: 05-07-2011.

وراء facebook، وأن السبب المشترك بينها هو أن أزواجاً أو زوجات أجروا دردشات جنسية غير ملائمة مع رفاق آخرين.

فيما قال متحدث باسم غرفة المحامين البريطانية "إن واحدة من كل خمس حالات طلاق تعود أسبابها لاكتشاف قيام شريك الحياة بالتواصل والدردشة مع طرف آخر عبر الإنترنت". [1]

ت-**تشجيع العلاقات العابرة**: أكدت دراسة تناولت ظاهرة مواقع التعارف وتأثيراتها الاجتماعية، أن موقع facebook الذي يضم مئات ملايين المشتركين بات يؤثر في كيفية تعرف الشبان على الفتيات، كما تبدلت بسببه أساليب التعبير عن الحب وإعلان الوقوع في الغرام. خاصة، وأن لدى فئة المراهقين ميل كبير إلى التواصل الاجتماعي، ويبدو أن الموقع يلعب دوراً كبيراً في صياغة علاقات الحب، أو بما يسمى أيضا، بالعلاقات العابرة، التي قد تُحدث صدمة لدى بعض الأشخاص أو حتى تدفعهم إلى الانتحار عند وقوع مشكلة. فهم يتعذبون حين يقيمون علاقة مع صديق أو حلقة من الأصدقاء دون أن يحسبوا أي حساب، ثم تنهار هذه العلاقات.

ث- **الإدمان:** أكدت دراسة أعدها المركز الأمريكي لدراسات الإدمان أن موقع التواصل الاجتماعي Facebook يساعد في زيادة خطر الإدمان على مستخدميه، وأن المراهقين الذين يفرطون في استخدام الموقع لمدة طويلة يكونون عرضة للتدخين أكثر بخمس مرات من المعدلات الطبيعية.[2]

وفي نفس السياق، أكدت دراسة أخرى أن العلامات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على تصفح Facebook أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها

(1) From http://www.maghress.....Op_cit.

(2) From http://helwa.maktoob.com/sec3100/art110235/pno1, Retrieved: 05-07-2011.

نظـراؤهم ممـن لا يسـتخدمون هـذا الموقـع. وأشـار بـاحثون إلى أن 79% مـن الطـلاب الجـامعيين الأمـريكيين، الـذين شـملتهم الدراسـة، اعترفـوا بـأن إدمـانهم عـلى موقـع Facebook أثر سلبا على تحصيلهم الدراسي.(1)

ج- **مصدر للمضايقة:** فقد تصل للصفحة الخاصة بموقع فيسبوك الاجتماعي، رسائل عـدة تشير إلى حاجة أحد الأصدقاء للمساعدة لإتمام لعبـة مـا، أو سـعيه للفـوز في المنافسـة التي تطرحها لعبة أخرى، وهي رسائل تثير الغضب أحيانا، نظرا لكثرتها وعدم أهميتهـا في معظم الأحيان، والقائمون على الموقع يدركون هذه المشكلة. فبينما يسـتمتع الكثـير من مسـتخدمي الألعـاب الموجـودة عـلى الموقـع، لا يـرى آخـرون فيهـا أي متعـة بـل يعتقدون أنها مضيعة للوقت.

ح- انتهاك الخصوصية: توجد عددا من التطبيقات المتاحة على موقع التواصل الاجتماعـي Facebook تنقل معلومات لمؤسسات عن المعلومات الشخصـية لملايـين المسـتخدمين، مـا ينتهـك قواعـد الخصوصـية الشخصـية لهـذا الموقـع. وفي كثـير مـن يقـوم مبرمجـوا التطبيقات الأكثر استخداما عـلى Facebook بنقـل معلومـات للمعلنـين وللمؤسسـات البحثية، تخص أسماء أصدقاء عشرات المستخدمين، من بينهم مسـتخدمون اختـاروا أن تكون صفحتهم الشخصية ذات خصوصية تامة.

وهذه الممارسة تنتهـك قواعـدfacebook وتعيـد طـرح التسـاؤلات حـول قدرتـه عـلى حماية بيانات مستخدميه، رغم أن الموقع يتخذ عددا من الإجراءات بغية الحد بشـكل كبير من عرض البيانات الشخصية للمستخدمين. فهوية المستخدم يمكن أن تنـتشر مـن خلال محرك البحث أو من خلال التطبيقات، لكن معرفة الهويـة لا يتـيح الوصـول إلى البيانات الشخصية لأي كان على الموقع.

ح- **تغذية الأزمـات السياسـية:** لقـد أصـبح موقـع Facebook أول وسـيلة تقنيـة حديثـة ينتجهـا الغـرب ويسـتغلها العـرب اسـتغلالا أمثـل، فـدائما مـا ينـتج الغـرب تقنيـات

(1) From http://www.maghress....Op_cit.

حديثة لا يستخدمها العرب في الأغراض المخصصة لها، بل أن هذا الموقع استخدمه الشباب العربي كوسيلة ترفيهية، "تخرج عن النص" في معظم الأحيان، بينما هو أداة لتعرف على كل ما يجري في العالم في كافة الاتجاهات الثقافية والعلمية والفنية والسياسية وغيرها من الاهتمامات المختلفة.

وهذا بالفعل، ما لمسناه من خلال ثورة الشباب العربي، التي سميت بثورة المواعدات السياسية النبيلة، وثورة الضحك على الزعماء، عن طريق مجموعات Facebook الافتراضية، فالذخائر كانت بالنكت، والتعليقات الساخرة، والكليبات الغنائية التي زلزلت صالونات الفكر السياسي، ونوادي علم الاجتماع السياسي الثابت، وصارت واقعا، واحتلت الشوارع والميادين، حتى استسلمت السلطات للشباب، الذين لا تجمعهم ايدولوجيا فكرية أو دين أو قومية أو عرق، بل يجمعهم اختلافهم، اشتراكيين على علمانيين على متدينين، على استهلاكيين ماجنين على عفوين وعلى فارغين أحيانا. لكنهم يحولون التاريخ ويغيرونه بكل معنى الكلمة، ويقترحون معان جديدة لمجتمعاتهم. بلغة الإعلام الاجتماعي"Social Media"، من خلال لعبة الإعلام الالكتروني.

خ- **الانتحار على الهواء:** لقد تداولت العديد من حالات الانتحار المباشرة على موقع Facebook، حيث يقوم الموقع في كل مرة بإزالة الفيديو خلال 20 دقيقة من الحادث، بعد أن عمد مئات المشاهدين إلى إرسال رسائل تخطر الموقع بمدى بشاعة وقائع الانتحار التي بثت على الهواء مباشرة.

III/مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، مثل:Facebook تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من

أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط السمعية، والبصرية، والحسية للفرد. باعتبارها محور مهم في عملية التأثير، فالنمط السمعي: سريع في قراراته لأن طاقته عالية ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري : حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي : يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها، فإن لها أيضا دورًا في التشبيك والمناصرة والضغط والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية، إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد. حتى أنها استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ.

ويجدر للذكر في هذا السياق، أن الجديد في الإعلام الجديد ليس على صعيد الوسائل فقط كما قد يتصور البعض، وإنما على صعيد الانقلاب الذي أحدثه هذا الإعلام في نظرية الاتصال حيث تحول المستقبل وفقاً لهذا النظام إلى مرسل، ولم يعد هناك احتكار من الإعلامي للرسالة والوسيلة، وأصبح المستقبل الآن هو الذي صاحب الرسالة الإعلامية. كما أن الرأي العام أصبح له وسائل للاعتراض أو التأييد ولم يعد بمقدور الإعلام العمل في اتجاه واحد للتأثير في الرأي العام كما كان في السابق.

1- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدي

إن إقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي عبر موقعيFacebook وTwiteer وغيرها يُعد تمرداً على وسائل الإعلام التقليدية التي لا تواكب التطور الاجتماعي، وإلي افتقار وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل الترفيه التي تتخذها وسائل الاتصال الحديث مدخلاً لإشباع حاجات الشباب، بالإضافة إلى سعي الشباب للتميز عبر

استخدام الوسائل الحديثة لتوفر حرية التعبير ، وإثارتها للعديد من القضايا التي لا يتناولها الإعلام التقليدي.

فوسائل الاتصال الحديث تُعد فتحاً للتواصل الاجتماعي والمشاركة الفاعلة ووسيلة للتعارف والتذكير بأهم الأحداث، فضلاً عن التناول الحر لمختلف القضايا والأحداث، رغم افتقار تلك الوسائل الحديثة للمعايير المهنية والأخلاقية وعدم أهليتها في كثير من الأحيان، لأن تصبح مصادر للإعلام لإيرادها العديد من المعلومات الخاطئة، بجانب كونها وسيلة إدمان تثير العديد من المخاوف لانتهاكها لخصوصية الأفراد مما دفع العديد منهم إلى تقديم الشكاوي والقضايا.

على الرغم من ذلك، أصبح من المؤكد اليوم، إلزامية اندماج وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل التواصل الاجتماعي التي وفرتها الشبكة العنكبوتية، بالعديد من الميزات جديدة، أهمها التفاعلية التي أعطت أبعادا جديدا للعملية الاتصالية عامة والإعلامية خاصة، ومميزات عديدة أهمها: [1]

- تنوع مجالاتها (مهنية مثل: LinkedIn، خيرية مثل: Twitter، ومتخصصة مثل: You tube وعامة مثل: Facebook، الذي يوفر مصادر مهمة للحدث.
- تعتبر مصدرا وحيدا للمعلومة والصورة أحيانا، خاصة أوقات الحروب والأزمات، في ظل تعتذر وصول وسائل الإعلام التقليدية لأماكن الأحداث.
- تعد صوتا مفتوحا للشعب خارج إطار المؤسسة الإعلامية الرسمية.
- تستخدمها جميع فئات مستخدمي الانترنت، على اختلاف أعمارهم ومهنهم ومستوياتهم كإعلام بديل يمنحهم حرية الرأي والتعبير، لذا أصبحت هذه الشبكات مصدرا مهما ليست فقط للمشتركين فحسب بل حتى للقنوات الفضائية ووسائل الاتصال الأخرى. خاصة مع توفر طرق الاندماج مع هذه الشبكات،

(1) عبيد الشقصي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

وتوفرها على الصور الملتقطة عبر الهاتف المحمول والأجهزة البسيطة، خاصة وقت الأزمات والحروب.

ومما يجعل هذه الشبكات تنشط، تمكن الشباب من تقنيات الاتصال المستخدمة فيها، والرقابة المشددة على وسائل الاتصال الرسمية، وعدم السماح للقنوات الاتصال الإخبارية الأخرى من التواجد في مواقع الأحداث الساخنة.

فما يحدث في المؤسسات الإعلامية الحالية هو محاولة إستراتيجية لاحتساب ما قد يحصل في المستقبل إذا قدمت معلومة من خلال أي وسيلة، حيث إنه من الطبيعي لأي مؤسسة إعلامية أن تصل لجمهورها من خلال أي وسيلة، لكن في نفس الوقت إذا لم تدرك أي وسيلة إعلامية الخصائص التفاعلية للإعلام الجديد أو تجاهلتها فتكون قد أحدثت دمجاً أضر بالوسيلتين وهو ما تقوم به بعض الصحف من خلال نقلها لنسختها الورقية كما هي على الانترنت.

وهذا الجدول يعرض مقارنة بين الإعلام الرسمي وشبكات التواصل الاجتماعي.(1)

وجه المقارنة	شبكات التواصل الاجتماعي	الإعلام الإذاعي والتلفزيون الرسمي
الملكية	عامة ومشاعة لكل الناس	الدولة
التحكم والسيطرة	من قبل الفرد المستخدم ومراكز الخدمة	وزارات الإعلام أو جهة حكومية
مصدر المعلومة	مواطنون عاديون+متعددون+متوزعون	إعلاميون ومصادر معترف بها ومسؤولة
سعة الانتشار	كل مستخدم للانترنت	كل مستخدم للقنوات الفضائية
طبيعة المستخدم	غالبا نشط بالمشاركة أو إعادة نقل الخبر	غالبا سلبي إذ يقتصر على تلقي الخبر
أشكال الرسالة	نص+صورة+ صوت	صورة+ صوت
الآنية	أسرع وأكثر تحديثا للخبر من الميدان	أبطأ بسبب معايير رقابية+نقص كوادر

(1) عبيد الشقصي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

يعرض الجدول مقارنة بين الإعلام الرسمي ومواقع التواصل الاجتماعي من أوجه مختلفة، وهذه المقارنة تؤكد على تعدد مصادر الشبكات، وسرعتها في نقل الأحداث من مختلف الأماكن والدول، لأن المصدر هم أفراد متوزعون أيضا، وعلى تعدد أشكال الرسالة التي تأتي نصا وصورة وصوتا، وكثرة التفاعل الآني والمباشر. هذه الجوانب تلقي بظلالها على الإعلام الرسمي، وتشكل تحديات ينبغي التعامل معها بدقة وحذر أيضا، لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أقرب للفرد من الإعلام التقليدي.

2- خطورة مواقع التواصل الاجتماعي على العمل الإعلامي.

نظرا لقدرة القائمين على شبكات التواصل الاجتماعي على توظيف التكنولوجيا، فان الحاجة أصبحت ملحة لأن تمتلك مؤسسات الإعلام- الرسمي وغير الرسمي- وخبراء قادرين على التحقق من صحة المادة الخبرية والفيلمية التي تأتي عن طريق هذه الشبكات، فقد فتحت شبكات التواصل الباب واسعا للمواطن الصحفي كي يدلي بما عنده، ليس بالضرورة دائما لنقل حدث ما، بل لخدمة أغراض شخصية أو فئة ينتمي إليها. في ظل غياب وعي هذا الفرد بالأبعاد القانونية والأخلاقية.

وفي هذا الصدد، يمكن ذكر أهم أخطار مواقع التواصل الاجتماعي على العمل الإعلامي:[1]

- إمكانية توظيفها لخدمة مصالح فئات وجماعات معينة، خاصة إذا ما حصلت على دعم دولي كما حدث ويحدث في بعض البلدان العربية.
- ثبتت دور المواطن الصحفي، وبالتالي تخطي المعايير والقيم المهنية في العمل الصحفي أحيانا.
- عدم وعي بعض المشتركين بالأبعاد القانونية والأخلاقية المنطوية على ما يقدمونه من معلومات وغيرها.

---

(1) نفس المرجع، ص 44.

- غياب الحس الوطني في خضم الرغبة في إيصال المشاركة والتعبير عن الرأي بـدون رقابـة وحواجز.

3- مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد واسراتيجية التغيير.

أدى الاتصال عامة والإعـلام خاصـة عـبر العصـور دوراً محوريـاً إزاء القضـايا السياسـية الاجتماعية والثقافية، نتيجة ما توفره وسائله من سرعة وانتشار، ونظـراً للارتبـاط الوثيـق بـين الإعلام والقضايا السائدة في المجتمع. فـالإعلام ينهـل مـن الواقـع إفرازاتـه ومعطياتـه، ويعيـد صياغة هذا الواقع ومعطياته بطريقة تسهم في بلورة المواقف والاتجاهـات والحلـول للقضـايا المـأخوذة أساسـاً مـن الواقـع، ولعـل أبرزهـا أدوار الإعـلام في معالجـة اتجاهـات ومواقـف وسلوكيات الأفراد الخاطئة إزاء العديد من المظاهر السلبية.

وقد اكتسبت هذه الوظيفـة أهميـة أكـبر مـع تطـور طرائـق الاتصـال وظهـور مواقـع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديدة، التي أصـبحت مـن أقـوى وسـائط نقـل الأفكـار والمشاعر، وأشد عوامل التأثير في السلوك الإنساني.

فوسائل الإعلام الجديدة هي مصـطلح واسـع في الدراسـات الإعلاميـة التـي ظهـرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، والتي أصبح من خلالها إمكانية الوصـول إلى المحتـوى في أي وقت وفي أي مكان وعلى أي جهـاز رقمـي، فضـلا عـن ردود الفعـل المتاحـة للمسـتخدم مـن مشاركة وتفاعـل. وتشـمل وسـائل الإعـلام الجديـدة الصـحافة الرقميـة، والوسـائط المتعـددة للحاسـب الآلي، والمـدونات، ومواقـع التواصـل الاجتماعـي، وبـرغم كونهـا لا تشـمل الـبرامج التلفزيونية، والأفـلام الروائيـة، والمجـلات، والكتـب، والمطبوعـات الورقيـة، إلا أنهـا تـدخل في نطاقها إذا احتوت على التكنولوجيات الرقمية التي تتيح التفاعل.

ومواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد مثلت إعلاما ديناميكيا تفاعليـا يجمـع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وتلعـب فيـه التقنيـة دوراً مهـماً في إضـفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطـرح

الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، وهو ما يجعلنا نصـف مواقـع التواصـل الاجتماعـي كإحـدى أهم أدوات الإعلام الجديد، لأنها تتيح للقارئ التفاعل مع الـنص وطـرح آراء كثـيرة ومتعـددة حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار، حول الموضوع الواحد مما يثري الحوار والنقـاش حول المواضيع المطروحة.

في هذا الصدد، تتضح قوة مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها وتسـمياتها وتخصصـاتها المختلفة، وعلى رأسها Facebook، كأحد أهم أدوات الإعلام الجديد، من حيث ثراء المحتـوى، والسرعـة، والشـفافية، والخصوصـية، فضـلاً عـن التفاعليـة الغـير المحـدودة، وهـو مـا سـاهم بتضاعف أعداد المتعاملين، وبالتالي قوة تأثيره على الرأي العام، والذي بـدأ واضـحاً في تحريـك الشباب لحركات احتجاج واسعة في عدة دول عربية، تأكيداً لنجـاح موقـع Facebook، في أن يصبح أداة إعلامية فاعلة ومؤثرة.

ووفقـا لإحصـائيات 2009، وبعـد أقـل مـن 6 سـنوات عـلى إنشـائه، أصـبح موقـع Facebook ، يضم أكثر من 750 مليون مستخدم على مستوى العالم،[1] وقد يتجاوزا المليـار في العام الحالي، ويتضمن ذلك نسبة لا بأس بها من العالم العربي، تبلغ 40 مليون عربي، أي قرابـة 12% من تعداد سكان الـوطن العـربي الـذي يتجـاوز 340 مليـون نسـمة تقريبـاً،[2] ويـأتي في صدارة أعداد المستخدمين مصر بعدد 7 ملايين، وتليها السعودية ب3.5 مليون.[3]

ويجـدر للـذكر، أن الثـورات العربيـة هـي انفجـار ديمقراطـي غذتـه مواقـع التواصـل الاجتماعي، التي شكلت محوراً رئيسياً في تسريع الاتصـال بـين الشـباب المهـتم بتغيـير واقعـه

(1) w.russell neuman, lee mcknight, **the Gordian knot: political gridlock on information highway**, Cambridge, ma: the MIT Press, 1990, op. cit.

(2) Manovich, Lev. "**New Media From Borges to HTML.** The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts, 2003. P13-25.

(3) From http://www.aitnews.com/news/13037.html2010 26/6/, Retrieved: 05-11- 2011.

الاجتماعي والسياسي. ففي المجتمعات الديمقراطية القائمة على أسس مدنية حقيقية، يعتبر التعبير عن الرأي بالتظاهر أمر مشروع تكفله القوانين الإنسانية، ويتم بشكل مباشر وعلني عبر وسائل الاتصال والإعلام المباشرة دون الحاجة إلى اعتماد استراتيجيات سرية أو غير مباشرة.

أما في المنطقة العربية، وفي أنظمة أقل ما يُقال فيها أنها قابضة على وسائل الاتصال الرسمية كافة، وفي ظل اعتمادها لأنظمة سياسية فردية تتمحور حول الأسر الحاكمة سواء كانت أنظمة جمهورية أو ملكية، حيث تشترك جميعها في اعتماد قوانين تحرّم التظاهر وتقمع حرية التعبير، وخاصة حرية الصحفي، مما يُعرّض الأفراد الذين يعانون من الكبت السياسي، والراغبين في التعبير عن آرائهم السياسية والتغييرية إلى الاعتقالات، والمحاكمات، والعقوبات.

أمام هذا الواقع، ومع تنامي خدمات الاتصال الرقمي خرجت فئة من الشباب من جمود الإعلام الرسمي العربي، لتعتمد وسائلها الخاصة في التعبير والتغيير. بدءاً من اعتماد الصحافة الرقمية مروراً بالمدونات الشخصية وصولاً إلى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي، التي أتاحت فضاء من الحريات، شكل نقطة جوهرية في عرض القضايا العادلة أمام الرأي العام العالمي، الذي وجد نفسه مرتبكًا حيال ما سمي بثورات الربيع العربي، حيث أصبحت مصالحه السياسية والاقتصادية على المحك، في ظل وضع يشهد ممارسات عنف غير مقبولة على المستوى الإنساني.

في هذا الصدد، لا بد أن نشير إلى أن استخدام أدوات الإعلام لا يفضي بالضرورة إلى نتيجة واحدة؛ فربما لا تسبب ضرراً على المدى القصير، وربما تفيد على المدى البعيد، ولكن يبقى القول: إن الإعلام الجديد وما يحتويه من شبكات اجتماعية سيصنع فارقاً كبيراً في صناعة الإعلام في المستقبل من خلال سرعة نشر الأخبار ومصداقيتها المدعمة بالصوت والصورة، وزيادة مستوى الوعي ورفع مستوى المعرفة.

ومع نجاح الثورة في إدارة الحالة الثورات العربية، إلا أنـه لا يمكـن إغفـال دور الإعـلام الفضائي الذي يعتبر أكثر شمولية مـن الإعـلام الاجتماعـي الـذي يمكـن أن يطلَـق عليـه إعـلام اللحظة الراهنة التي تنقل الصورة والصوت (الحدث)، كما يبقى دور الفضائيات عموماً أقوى في التأطير بسبب مصداقيتها وكونها جماهيرية تستعين بالخبراء.

خاتمة

لقد حل عصر الاتصال الرقمي بسرعة كبيرة مثلت مفتاح قوته الفريدة. ولا بد من الاعتراف أن التطور السريع لهذه النوعية الجديدة من وسائل الإعلام، فاجأ علماء الإعلام الذين لم يستطيعوا حتى الآن تطوير نظريات جديدة تفسر هذه الظاهرة الإعلامية غير المسبوقة في تاريخ وسائل الإعلام من حيث الانتشار أو التأثير. فحتى النظرية الأكثر شيوعا في دراسة تلك الظاهرة التي أصبحت بذاتها تمثل عصرا جديدا من عصور الإعلام، هي نظرية قديمة تم استخدامها مع وسائل الإعلام التقليدية، وهي نظرية ترشح الاختلافات بين الجمهور في استخدام رسائل وسائل الإعلام لإشباع حاجات نفسية واجتماعية بهدف تحقيق أهدافهم.

هذا المتنفس الافتراضي الذي من خلاله وجد فيه المستخدم العربي الملاذ من الواقع الذي بات لا يجد من خلاله قنوات تواصل تفي باحتياجاته، في ظل عجز وسائل الإعلام والاتصال التقليدية عن توفير خدمات تلبي رغبات المتلقي، زد على ذلك تبعية هذه الوسائل للسلطات والحكام والاكتفاء بعكس واقعهم وصورتهم السياسية التي أصبحت تسود يوما عن يوم، بالمقابل تناست هذه الوسائل الواقع المر الذي تعيشه الشعوب على مختلف المستويات، ومن هنا، وفي ظل هذا الأوضاع لاقى الموقع نجاحا باهرا، بفضل ما وفره كفضاء حتى وان كان افتراضي ولكنه جسد واقع الشعوب بأحسن الصور وقلب معايير الحياة التي عجزت كل الوسائل عن تغييرها.

فقد وجد الجميع مكانًا له في تلك الشبكة الاجتماعية سواء كانوا سياسيين أو رجال دين أو عنصريين أو أدباء أو مثقفين أو بائعي هوى أو حتى مجرد شباب يبحث عما يسد فراغه الروحي. خاصة وأن Facebook يقوم بعمل وكالة أنباء شخصية لكل مشترك عن طريق إعلامه بما يقوم به الآخر، ومن هنا كان الوسيلة الأكثر انتشارًا، والأصلح اليوم لنشر خبر أو إرسال دعوة، كما أسهم استغلاله على أوسع نطاق ممكن في نشر الإصدارات الجديدة، والإعلان عن حفلات التوقيع أو الدعوات للقاءات. وهو

الأمر الذي يبدو أنه يؤتي ثماره. في ظل صعوبة النشر التقليدي ومع زيادة الإصدارات الشبابية مما استلزم وسيلة تخرج من رحم هذه الحالة وتكون شديدة المساس بالوسط الشبابي.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة الاتصال الرقمي، كنوع جديد من الاتصال الذي غير بميزاته الاتصال التقليدي بمختلف وسائله وخدماته على كل المستويات، وعند كل الفئات العمرية والاجتماعية، خاصة وأن خدماته متعددة وكثيرة مست انشغالات المستخدمين الواقعية، بمعالجة افتراضية ما لبثت أن تجسدت على أرض الواقع. وهذا ما عجزت عنه وسائل الإعلام التقليدية المسموعة منها والمرئية والمكتوبة، المحتكرة من طرف الدولة أو الخواص أو المؤسسات الاقتصادية.

ففي ظل ما كان يعيشه المتلقي-العربي خاصة- لوسائل الإعلام من مكبوتات واحباطات نفسية واجتماعية، أفرزها الواقع المعاش والأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وجد المستخدمون للاتصال الرقمي- الذي أصبح حتمية تكنولوجية-ملاذا وعكسا لواقعهم في فضاءات افتراضية، من خلال العديد من الخدمات التي جمعت بين التعليم والتثقيف والإعلام والترفيه والعديد من الميادين، بحسب طلب المستخدم، الذي أصبح يتحكم في استخدام هذه التكنولوجيا ومحتوياتها، بعدما كان مجرد متلقي سلبي لما تبثه وسائل الإعلام التقليدية. ليظهر إلى الوجود الاتصالي والإعلامي مفهوم التفاعلية بنوعيها التزامنية واللاتزامنية، والتي لعبت هي الأخرى، دورا كبيرا في تغيير العملية الاتصالية ومكوناتها القديمة.

في نفس السياق، أدى الاتصال الرقمي بمختلف خدماته إلى توفير حاجيات الفرد النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وربما تغيير الكثير من اتجاهاته في الحياة بمختلف مناحيها، بسبب توفيره لفضاءات الحوار والمناقشة والبحث المعرفي والعلمي، بأسهل الطرق وأبسطها وبسرعة فائقة لم تحققها أية وسيلة اتصالية أو إعلامية من قبل.

من هذا المنظور، في دراستنا هـذه، رغـم قلـة الدراسـات الإعلاميـة الخاصـة بالاتصـال الرقمي عامـة -، حاولنـا الكشـف عـن أبعـاد الاتصـال الجديـد، والتـي ميزتـه عـن الاتصـال الالكتروني التقليدي. وبالتالي، يمكن أن تكون هـذه الدراسـة قـد وضـعت لبنـة أولى في سـبيل التأسيس لهذا النوع من الدراسات في الجزائر. حيث يلاحظ أنه وفي ظل هذا التطور الاتصالي والتكنولوجي السريع لوسائل الاتصال الرقمي وخدماته، كانت معظم الدراسات الإعلامية قـد ركزت على تأثير هذا الاتصال الجديد على مستخدميه، بدون إعطاء أولوية لتحديد مفاهيمـه ومصطلحاته، التي مازال لحد الآن يتداخل توظيفهـا مـع مـا كـان سـائدا في وسـائل الاتصـال الجماهيري. لهذا، حاولنـا في دراسـتنا هـذه الإلمـام بماهيـة هـذا الاتصـال، مـن خـلال دراسـة خصائصه ووظائفه ومكونات عمليته الاتصالية، ومقارنتها بالاتصال التقليدي، ومـدى تأثيرهـا على الإعلام الرسمي التقليدي، الذي ما فتئ يخطو خطوات سريعـة تجـاه الإدمـاج الكامـل في الاتصال الرقمي.

في نفس السياق، بات الـدور الـذي تلعبـه وسـائل الإعـلام التقليديـة ووسـائل الإعـلام الجديد بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي على وجـه التحديـد واضـحاً، في التـأثير والتغيـير في المعتقدات والسـلوك، ومقـدرتها في تشـكيل وتـدعيم الاتجاهـات والسـيطرة عـلى الجماهـير، وكسب تأييدها نحو أي اتجاه أو هدف. إذ لم تعـد الصـدمة التـي أحـدثتها مواقـع التواصـل الاجتماع، وبالتحدي Facebook ، صدمة اتصالية فحسب، بل إعلامية وسياسـية مسـت كـل الأبعاد والمجالات الإنسانية.

المصادر والمراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

ا- الكتب:

01- السعيد بومعيزة، عبد الرحمان عـزي، **الإعـلام والمجتمـع: رؤيـة سوسـيولوجية مـع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010

02- الصادق رابح، **الانترنـت كفضـاء مسـتحدث لتشـكل الـذات**، كليـة الاتصـال جامعـة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.

03- أمين سعيد عبد الغني، **وسـائل الإعـلام الجديـدة والموجـة الرقميـة الثانيـة**، ايـتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

04- أحمـد محمـد صـالح، **انثربولوجيـا الانترنـت وتـداعياتها الاجتماعيـة والثقافيـة والسياسية**، دار الهلال القاهرية، القاهرة، 2002.

05- توم فوريستر، ترجمة مركز الكتاب الأردني، **مجتمع التقنية العالية، قصة ثورة تقنيـة المعلومات**، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1989

06- حسين عبد الجبار، **اتجاهات الإعـلام الحـديث والمعـاصر**، دار أسـامة، عـمان، 2011، ص88.

07- حلمي خضر ساري، **ثقافة الانترنـت، دراسـة في التواصـل الاجتماعـي**، دار مجـدلاوي للنشر والتوزيع، ط 01، عمان، الأردن، 2005،

08- حسنين شفيق، **الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيـا جديـدة في عصر مـا بعـد التفاعلية**، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.

09- جوهر الجنوسي، **الثقافة الافتراضية**، الشركـة التونسـية للـنشر وتنميـة فنـون الرسـم، تونس2006.

10- جوديت لازار، ترجمة: علي وطفة، وهيثم سطايحي، **سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري**، دار معد، دمشق، 1995

11- رضا عكاشة، **تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة**، العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2006

12- شريف درويش اللبان، **الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**، الدار المصرية اللبنانية، 2006.

13- شوقي العلوي، **رهانات الانترنت**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2006

14- علي محمد شمو، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، مطبعة ومكتبة الإشعاع، ط01، الإسكندرية، 2004.

15- ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، **فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات**، السحاب للتوزيع والنشر، 2004.

16- موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداء، العراق،2011.

17- محمد جاسم فلحي الموسوي، **النشر الالكتروني**، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، عمان، 2005.

18- محمد سلام صالح، **العصر الرقمي وثورة المعلومات**، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الهرم، القاهرة، 2002.

19- محمد النواوي، سحر خميس، **الخطابات الإسلامية المعاصرة في الفضاء الإلكتروني**، سلسلة بالجريف ماكميلان للاتصال الدولي السياسي، طباعة بالجريف ماكميلان، نيويورك، الولايات المتحدة الأميركية. 2009.

20- منى الحديدي، شريف درويش اللبان، **فنون الاتصال والإعلام المتخصص**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.

21- محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، عالم الكتب، القاهرة، 2007.

22- نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي**، المجلس الوطني الثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.

23- نبيل علي، **العرب وعصر المعلومات**، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، الكويت، 1994.

24- وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر Facebook على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، السودان، 2010.

ب- الرسائل الجامعية:

25- الصادق الحمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2006.

26- أحمد عبد اللي، **استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011.

27- عيسي عبد الباقي موسي، **انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب العربي**، كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي، وزارة التعليم العالي، مصر

28- محمد جاسم فلحي الموسوي، **اتجاهات إعلامية معاصرة**، مقرر رقم07301 في الفصل الدراسي الأول لمرحلة الماجستير في الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2005-2006.

29- محمد فاتح حمدي، **استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام، قسم أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009.

30- محمد المنصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"**، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012.

31- نبيح أمينة، **تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانعكاساتها على حرية الصحافة في البلدان العربية**، دورية المعيار، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، العدد27، قسنطينة، 2011.

د - المقالات في المجلات المحكّمة:

32- الصادق الحمامي، **المساءلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات**، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد03، 2005، ص11-12.

33- أحمد محمد صالح، **الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء**، سلسلة كراسات غير دورية، مركز البحوث العربية والإفريقية، أسيوط، 2000،

34- الصادق حمامي، **الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال**، تونس مصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، جامعة القاهرة.

35- الصادق رابح، **الفضاء المُدوِّناتي: انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهّمات جماعية جديدة**؟ دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35(3)، الأردن، 2008.

36- بومعيل سعاد، فارس بوباكور، **أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد 3، جامعة تلمسان، 3مارس 2004، ص 205.

37- حمدي حسن أبو العينين، **الإعلام الجديد في العالم الإسلامي" إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام**"، دار الورسم للنشر والتوزيع، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد1، 2012، ص18.

38- جيهان الشناوي، **الكتاب الالكتروني**، مجلة العربي، العدد 446، الكويت، 2000.

39- خالد زعموم، السعيد بومعيزة، **التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها**، ورقة مقدمة إلى اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة وبحوث ودراسات إذاعية، العدد61، تونس، 2007،

40- راضي زاهر، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان.

41- صادق عباس مصطفى، **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، 2007.

42- عبد الله مغرم، **ما بعد الإعلام الجديد**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية

43- عبد الله مغرم، **ما بعد الإعلام الجديد**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية.

44-عبد الرحمن محمد الشامي، **الميديا الجديدة من التشتيت إلى التجميع**، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد84،

45- عبيد الشقصي، **تفاعل الإذاعات والتلفزيونات الرسمية مع شبكات التواصل الاجتماعي**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، المملكة العربية السعودية.

46- عباس مصطفى صادق، **الشبكات الاجتماعية هل هي بديل للتواصل التقليدي**، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد85، ماي 2011.

47- مهى البريهي، **مواقع التواصل الاجتماعي والفرقة الاجتماعية**، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلة الخليج، المملكة العربية السعودية، العدد86.

48- نوف بنت مبارك عبد الله، **الخصوصية في الشبكات الاجتماعية**، المقالات العلمية، مركز التميز لأمن المعلومات، ص 10.

49- وجدان فهد، **المغردون الجدد**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 86، أوت 2011، المملكة العربية السعودية، ص31.

هـ- الأوراق المقدمة للملتقيات العلمية:

50- اليونسكو، **من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة**، التقرير العالمي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، فرنسا، 2005.

51-عباس مصطفى صادق، **التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت**، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 24 نوفمبر 2005.

52- عز الدين مسمح، **مليون مستخدم Facebook في العالم العربي في ديسمبر الماضي**، التقرير الأول حول الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، مكتب الرياض، دبي.

53- فاطمة فايز، **خصائص المعالجة الصحافية**، وحدة البحوث والتطوير بشبكة إسلامOnline، رؤية مقارنة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإليكترونية، تقرير غير منشور، سبتمبر ، 2007.

54- نايف كريم، **الأسرة العربية في وجه التحديات والمتغيرات المعاصرة**، مؤتمر الأسرة الأول، دار ابن الحزم، بيروت، 2003.

55- يونس عرب، **قانون الكمبيوتر**، منشورات اتحاد المصارف العربية، 2001.

و- الجرائد والجرائد الرسمية:

56- محمد مسلم، **حزب Facebook يهزم الأحزاب ويفضح إفلاسها**، الشروق اليومي، 08.242011.

المراجع باللغة الأجنبية:

01-الكتب:

01- Arnie Habrams, Allyn and Bacon, **Multimedia Magic**, London, 1996.

J.Steuer, Defining virtual reality, **dimension determining telepresence, in journal of Communication**, 42-4, 1995,

02- Behnaam Aazhang, **Digital Communication Systems**, Rice University, Houston, Texas, 2010.

03- Debora Shaw, **Playing the Links, Interactivity and Stickiness**, First Monday, vol,6nimber 3, march2001.

04- Derry, M. **Escape Velocity: Cyber culture at. The End of Century**, 1996.22 , 2005.

05- Derry, M., Cyber culture at The End of Century, Escape Velocity, Excerpts. 1996,

06- Howard Rheingold, les communautés virtuelles, 1993,

07- Hamman, R, **The role of fantasy in the construction of the on-line other**, a selection of interviews and participant observations from Cyberspace, 1996.

08- Kawamoto, K, **Digital Journalism**, Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Oxford, Row man & Littlefield Publishers Inc, 2003.

09- Sohn, D,Aand Lee B, **Dimensions of interactivity: Differential effects of social and psychological factors**, journal of computer-mediated communication,10-3, article 6, 2005,

10- Paulussen, Steve, Ugille, Pieter**, User Generated Content in the Newsroom**: Professional and Organizational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture (University of Westminster, London), 2008 Vol. 5(2):24-41.

11- Paulussen, Steve, Ugille, Pieter**, User Generated Content in the Newsroom**: Professional and Organizational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture (University of Westminster, London), 2008 Vol. 5(2):24-41.

12- Richard Davis, Diana Owen, **New Media and American Politics**, oxford University Press, New York, 1998,

13- Verville, D. & Lafrance, J-P, **L'art de bavarder sur internet. Réseaux**, 1999.

From http://unesco.bell.uqam.ca/pdf/publications/P3c_2.pdf**,** Retrieved May 12,

02- المواقع الالكترونية:

14-http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060114-324.html

URL:http://firstmonday.org/ issuese6-3/Shaw/index.html.

http://jcmc. Indiana.edu/vol10/issue3/sohn.html.

http://www.watfa.net/198, Retrieved: 25-12- 2011.htm15-

16- http://www.socio.demon.co.uk/fantasy.html, Retrieved April 25, 2011.

17- http://www.levity.com/markdery/ESCAPE/VELOCITY/ excerpts, Retrieved May 07, 2010.

18- http://www.levity.com/markdery/Escape/Velocity, Retrieved May 22, 2012,

19- http://www.albayan.co.uk/article.aspx?id=497, Retrieved: 10-02-2012

20- www.Addict @T4S.Com, Retrieved: 05-02-2012

21- internet world stat-www.internetworldstat.com copyrights; miniwatts marketing group, 2011. Retrieved 05/06/2012

22- http://www.sudantv.net/newsdeatails.php21-03-2011, Retrieved:18, 12, 2011.

23--Paul Martin Lester, **California State University**.
From http: //commfaculty.fullerton.edu/lester/ curriculum/ newmedia. html. , Retrieved: 05, 11, 2012.

24- Steve Jones, **Encyclopaedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology**, Sage Publications, 2002. From http://www.watfa.net/198.htm, Retrieved: 27, 01, 2013

25-Solis, B. **The Definition of Social Media,** Retrieved July 23, 2011.
From http://www.webpronews.com/blogtalk/2007/06/29/the-definition-of-social-media

26- Kaplan, A M., Haenlein, M, **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, Business Horizons**, 53, 59-68. (2010), Retrieved June 13, 2011.
From http://iranmanagers.net/wp-content/uploads/2011/04/ Users- of- the-world-unite.pdf

27- Kumar, P, Hsiao, M, & Chiu, B. **Generations of consumers and the consumer generated**. Journal of Integrated Marketing Communications, 20-26, 2009, Retrieved August 6, 2012,
From http://jimc.medill.northwestern.edu/JIMCWebsite/2009/Generations_of_Consumers.pdf

28- http://ar.wikipedia.org/wiki, Retrieved 05-06-2011.

29- Owens, J.W. (n.d.), **What is Social Media**? Retrieved 26-12- 2011. From http://www.afcp.org/TLI-Archive/TLI126-Social Media. pdf.

30- Mayfield, A, **What is Social Media**? an e-book, 2008, October 2, Retrieved 26- 9- 2011.
From http://connect.icrossing.co.uk/category/ebooks/

27- http://www.thealarmclock.com/mt/archives/2004 /08/linkedin_hq_mou. html, Retrieved 152011-10-.

28-Brian Womack, LinkedIn Passes Myspace to Become No**. 2 U.S. Social Network- Jul 9, 2011, Retrieved 05.2012-06-**
From : http://www.bloomberg.com/news/2011-07-08/linkedin- tops- my space-to-become-second-largest-u-s-social-networking-site.html

29- http://mashable.com linkedin-surpasses-100-million-users infographic/ 2011/03/22//Retrieved:072012-07-

30- Nico Posner. **Look who's talking Russian, Romanian and Turkish now**, Retrieved: 21-06- 2011.
From http://blog.linkedin.com/2011/06/21/russian-romanian-turkish/

31- Salloum Wael, **Network Word Press**, 32, 2008,: pp. 381–419, Retrieved; 222011-09-,
From http://waelsalloum.wordpress.com/2008/10 /28/ lifebooncom- the-arab-social-network.

32- http://getsnitter.com/, 01/05/2011, Retrieved: 04-05-2012.

33- http://yomgedid.kenanaonline.com/, Retrieved: 26- 07- 2012.

34- http://fr.wikipedia.org/wiki/Myspace22 , /05/2011, Retrieved: 042011-12-.

35- Om Malik, Social Network Hi5 gets $20 million, Jul. 22, 2007, GIGqom, Retrieved :25-06- 2011.
From http://gigaom.com/2007/07/22/hi5

36- http://www.crunchbase.com/company/hi5 Retrieved: 082011-09-.

37- http://www.guardian.co.uk/technology/2011/may/10 / microsoft-confirms-skype-deal, 1, Retrieved: 082011-09-.

38- São Paulo, Procuradoria Geral do RJ exige mudanças para não fechar Orkut**, Tecnologia e Games, 21/07/2010, Retrieved : 020- 62011-,** From http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/07/ procuradoria-geral-entra-com-acao-que-pode-fechar-o-orkut-no-brasil.html

39- http://creativitydream.wordpress.com/ Retrieved: 252011-02-.

40- http://www.ghanou.com/index.php?act=view&id=1418 Retrieved: 08-2012-03.

41 -Richard Jones, **Last.fm Radio Announcement**, 24 March 2009. Retrieved: 122011-09-.

From http://blog.last.fm/2009/03/24/lastfm-radio-announcement

42- Pete Cashmore, Viacom Still Buying Last.fm for $450 Million, **April 27, 2007**, **Retrieved: 03-09-2012.**

From http://mashable.com/2007/04/27/lastfm-viacom

43- Tabak، J, Alan, **Hundreds Register for New Face book Website** ،Face mash creator seeks new reputation with latest online project, February 9, 2004, Retrieved: 03-09-2012.

From http://web.archive.org/web/20050403215543/ www.thecrimson.com/ article.aspx?ref=357292

44- Hoffman Claire**, the Battle for Face book**, Rolling Stone, Retrieved: 11-08-2011.

From http://www.rollingstone.com/news/story/21129674/the_battle_for_facebook/

45- Zachaey M, Sewaed, Judge Expresses Skepticism about Face book Lawsuit**, The Wall Street Journal, 25,07,2007. Retrieved**: **05-01-2010**

From http://online.wsj.com/article/SB118539991204578084.html?mod=googlenews_wsj

46- Tabak Alan, **Crimson Staff Writer**, ... Op.cit

From http://www.thecrimson.com/article/2004/2/9/hundreds-register-for-new-facebook-website/

47- Salle de Presse, **Historique de l'entreprise**, **Facebook**, 01-01-2007, Retrieved: 10-02-2010.

From http://www.facebook.com/press/info.php?timeline

48- Rosmarin Rachel**, Open Face book, Forbes**. Com, 11-09-2006, Retrieved: 10-02-2010.

From http://www.forbes.com/2006/09/11/facebook-opens-up-cx_rr_0911 facebook.html

49- Dempsey Laura, **Facebook is the go-to Web site for students looking to hook up**, Dayton Daily News 03-08-2006 . Retrieved: 10-02-2011.

From http://ar.wikipedia.org/wiki.

50- Lacy Sarah, **Facebook, Opening the Doors Wider**, Business Week, 12-09-2006, Retrieved 13-02-2011.

From http://www.businessweek.com/technology/content/sep2006/tc2006 0912_682123.htm?chan=top+ne

51- Abram Carolyn**, Welcome to Face book, everyone** ،Facebook2006 ،-09-26 Retrieved 13-12-2011.

From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130.

52- The print edition, Syria, Red lines that cannot be crossed**, the authorities don't want you to read or see too much, the economist historical archive. Retrieved : 10-09-2012.**

From http://www.economist.com/node/11792330?story_id=11792330

53- Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and My Space . Retrieved: 08-12-2011.
From http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAMCIS2007.pdf

54- http://ar-ar.facebook.com/policy.php, Retrieved: 25-12-2011.

55- Mark Zuckerberg, **By The Numbers: Billionaire Bachelors**, Read the full story Steven Bertoni and Erin Gell, Home Page for the World's Business Leaders, Forbes.com. Retrieved 22 -13-2011.
From http://www.forbes.com/2008/09/16/billionaire-bachelors-single-lists.

56- Tabak، J, Alan, **Hundreds Register for New Face book Website** ،Face mash creator seeks new reputation with latest online project ، February 9, 2004, Retrieved:09-10-2011.
From http://web.archive.org/web/20050403215543/www.thecrimson.com/article.aspx?

57- Hoffman Claire, **the Battle for Face book, Rolling Stone**, 28-06-2008,. Retrieved: 09-10-2011.
From http://www.rollingstone.com/news/story/21129674/the_battle_for_facebook/

58- Brien Luke، **Poking Face book**, 02138, December 2007, 26-06-2010. Retrieved: 09-10-2011.
From http://ar.wikipedia.org/wiki

59- Katharine, A, Kaplan, **Crimson Staff Writer, Face mash Creator Survives Ad Board**, The Harvard Crimson journal,19-11-2003, Retrieved, 22-05-2010.
From http://www.thecrimson.com/article/2003/11/19/facemash-creator-survives-ad-board-the/, Retrieved: 10-10-2011.

60- Zachaey M, Sewaed, Judge Expresses Skepticism about Face book Lawsuit, **The Wall Street Journal, 25-07-2007. Retrieved 05-01-2010**

From http://online.wsj.com/article/SB118539991204578084.html?mod=googlenews_wsj

61- Tabak Alan, Crimson Staff Writer ...Op_cit.

62- Eric Eldon, 2008 growth puts Facebook in better position to make money**, Venture Beat, 16-03-2011, Retrieved 10-10-2011.**

From http://venturebeat.com/2008/12/18/2008-growth-puts-facebook-in - better-position-to-make-money/

63- Phillips, Sarah, **A brief history of Face book. Guardian News and Media Limited**, 25-07-2007, Retrieved : 10-10-2011

From http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia

64- Salle de **Presse, Historique de l'entreprise, Face book,** 01-01-2007, Retrieved : 10-10-2011.

From http://www.facebook.com/press/info.php?timeline

65- Rosmarin Rachel, **Open Face book, Forbes. Com**, 11-09-2006, Retrieved 10-10-2011.

From http://www.forbes.com/2006 /09/11/facebook-opens-up-cx_rr_0911 facebook.html

66- Dempsey Laura, Face **book is the go-to Web site for students looking to hook up**, Dayton Daily News, 03-08-2006 , Retrieved 05-01-2010

From http://ar.wikipedia.org/wiki

67- Lacy Sarah, **Face book, Opening the Doors Wider**, Business Week, 12-09-2006, Retrieved 10-10-2011.

From http://www.businessweek.com/technology/content/sep2006/tc2006 0912_682123.htm?chan=top+ne

68- Abram Carolyn, **Welcome to Face book, everyone ،Face book**2006 ،-09-26, Retrieved 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130.

69- Terms of Use, Face book, Retrieved Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/terms.php

70- The print edition, Syria, Red lines that cannot be crossed, the authorities don’t want you to read or see too much**, the economist historical archive, Retrieved 10-10-2011.**
From http://www.economist.com/node/11792330?story_id=11792330

71- Der Kevin, **Facebook is off-the-wall, Le blog Facebook**, 27 juillet 2007, Retrieved 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=3532972130

72- **Inbox, Messages and Pokes. Face book**, Retrieved; 10-10-2011.
http://ar.wikipedia.org/wiki

73- Doug Beaver, **the Facebook Bifts. Face boo**k, 21 mai 2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2406207130

74- Andrew Ramadge, **Technology Reporter**, November 26, 2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.news.com.au/technology/facebook-is-reconsidering-the- word-is/story-e6frfro0-111111496705

75- Sanghvi Ruchi**, Facebook Gets a Facelift, Facebook** , 06-09-2006, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2207967130.

76- Gonsalves Antone, **Face book Founder Apologizes In Privacy Flap**, Users Given More Control. InformationWeek, 08-09-2006, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.informationweek.com/news/internet/ebusiness/showArticle.jhtml?articleID=192700574

70- **How can I add more than 60 photos to an album**, Forum de discussion, face book, 05-12-2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/topic.php?uid=2305272732&topic=4947

71- Abram Carolyn, **Welcome to Face book, everyone, Face book**, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130

72- **Face book, April 6, 2008 Press Release, Press release**, 06-04-2008, Retrieved: 10-10-2011.
From http://www.facebook.com/press/releases.php?p=27681

73- Jared Morgenstern, **Give gifts on Face book, Facebook,** 02-02-2007, Retrieved: 10-10-2011.
From http://blog.facebook.com/blog.php?post=2234372130

74- Press release, **Leading Websites Offer Face book Beacon for Social Distribution**, Press release, Retrieved: 12-10-2011.
From http://www.facebook.com/press/releases.php?p=9166

75- Heather Haven stein**, Face book Facelift Targets Aging Users and New Competitors**, the new work times, 21-07-2008. Retrieved: 12-10-2011.
From http://www.nytimes.com/idg/IDG_852573C4006938800025748D0064C292.html?ref=technology

76- Reston VA, **Social Networking Explodes Worldwide as Sites Increase their Focus on Cultural** Relevance, Com Score, 12-12- 2008. Retrieved: 12-10-2011.
From http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2008/08/Social_Networking_World_Wide

77- **Related info for, facebook.com,** Alexa Internet, Retrieved: 12-10-2011.
From http://www.alexa.com/search?q=facebook&p=&r=

78- **Web Site Audience Profile, facebook.com**, Quant caste, Retrieved: 12-10-2011.

From http://www.quantcast.com/facebook.com

79- **Snapshot of facebook.com,** Compete.com, Retrieved: 12-10-2011.

From http://siteanalytics.compete.com/facebook.com/?metric=uv

80- Yum Kenny, **Facebook says 'Thanks,** Canada, National Post, 18-05-2007. Retrieved: 09-09-2011.

From http://network.nationalpost.com/np/blogs/posted/archive/2007/05/18/facebook-says-thanks-canada.aspx

81- Malkin Bonnie, **Facebook is UK's biggest networking site. The Daily Telegraph**, 26-09-2007, Retrieved: 09-09-2011.

From http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1564092/Facebook-is-UKs-biggest-networking-site.html

82- Chloe Albanese's, **Social Networking. PC Magazine**, 2007-08-13. Retrieved: 09-09-2011.

From http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2169354,00.asp

83- **the webby a wards, 12th Annual Webby Awards Nominees**, International Academy of Digital Arts and Sciences, Retrieved: 09-09-2011.

From http://www.webbyawards.com/webbys/current.php?season=12

84- San Jose, **Survey: College Kids Like IPods Better Than Beer**, FOX News. Com, 08-06-2006, Retrieved: 09-09-2011.

From http://www.foxnews.com/story/0,2933,198632,00.html.

85- From http://karbashat.blogspot.com/2009/10/blog-post_07.html, Retrieved: 19-02-2012

86- From http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria, Retrieved: 19-02-2012.

87- From http://www.maghress.com/almaghribia/100635,17-12-2009, Retrieved: 16-07-2011

88- Paule Green, 50 Things You Always Wanted To Know About Facebook But Were Afraid TO Ask, 2009, p05, Retrieved: 16-07-2011 From http: // afraidtoask books, office live .com.

89- Manovich, Lev. "**New Media From Borges to HTML.** The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts, 2003. P13-25.

90- From http://www.aitnews.com/news/13037.html2010 26/6/, Retrieved: 05-11- 2011.

السيرة الذاتية



الاسم: **أمينة**

اللقب: **نبيح**

الهاتف: 0555160624

البريد الالكتروني: amina_majik@yahoo.fr

العنوان: عمارة01. باب617، الزبرة، قصر البخاري، ولاية المدية، الجزائر

الخبرة الوظيفية

2016............ أستاذة محاضرة صنف أبكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية واللغات- قسم علوم الاعلام والاتصال - جامعة يحيى فارس- المدية

2014.........: أستاذة محاضرة صنف.ب بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية واللغات- قسم علوم الاعلام والاتصال- جامعة يحيى فارس- المدية

20132012-: أستاذة مساعدة صنف أ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية واللغات- قسم علوم الاعلام والاتصال- جامعة يحيى فارس- المدية.

2012-2011: أستاذة بدورة تكوينية لأساتذة التعليم المتوسط، بجامعة التكوين المتواصل، بالمدية، في مادة" تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التعليم"

20112012- : نائبة رئيس قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية واللغات.

2010.-2014: أستاذة دائمة صنف ب بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية واللغات- قسم علوم الإعلام والاتصال- جامعة يحيى فارس- المدية.

2009-2007: أستاذة مؤقتة في اللغة الفرنسية بكلية التكنولوجيا- قسم العلوم الهندسية- بجامعة يحيى فارس- المدية

2008-2009: موظفة عون إداري بمكتبة قصر البخاري، في إطار عقود حاملي الشهادات.

2006-2007: أمانة وكالة عقارية – حيدرة، الجزائر.

الدراسات

2009-2012: التحضير لرسالة الدكتوراه في مجتمع المعلومات، حول موضوع الاتصال الرقمي بكلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر.

2006-2009: التحضير لرسالة الماجستير في مجتمع المعلومات، حول موضوع المدونات العربية الالكترونية المكتوبة بكلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر.

2004-2005: التحضير لشهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة بكلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر.

2002-2003: التحصل على شهادة في تقنيات الإعلام الآلي والانترنت.

2001-2002: بكالوريا في العلوم الإنسانية.

اللغات

فرنسية: جيد

انجليزية: جيد

عربي: ممتاز

إعلام آلي:

Word, Excel نص: تقنيات الصور الالكترونية

الأعمال العلمية

الملتقيات الدولية

01- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي** حول : الاعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، المنعقد في 16-17-18 ماي 2017، كلية الصحافة والاعلام- جامعة الزرقاء، الأردن، المنعقد في 16-17-18 ماي 2017، بمداخلة بعنوان "**مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر، دراسة وصفية لعدة نماذج عبر صفحات الفايس بوك**".

02- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي** حول" الاعلام الديني"، وزارة الشؤون الدينية والاوقاف، مخبر دراسات الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المنعقد يومي: 26/25 ماي 2015، بمداخلة بعنوان: "**الخطاب الديني في وسائل الاعلام الجزائرية (الواقع، والمشكلات، زالطموحات)**"

03- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي** حول" دور القياس النفسي انتقاء وتوجيه العامل والموظف في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية"، فسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بجامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، المنعقد يومي: 06/15 ماي 2014، بمداخلة بعنوان" **المقاييس الاجتماعية في تحديد الاتجاهات نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**".

04- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي** حول" "التلفزيون والتغيير الاجتماعي"، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور يحيى فارس، بالمدية، المنعقد يومي: 29+30 2013، بمداخلة بعنوان: **تلفزيون الواقع**.

05- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي،** حول" "الإعلام والتحولات المجتمعية"، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، بالمملكة الأردنية الهاشمية، المنعقد ايام: 23-24 -25 أكتوبر 2011 بمداخلة بعنوان: **تطورت تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتأثيرها على حرية الصحافة في البلدان العربية.**

06- المشاركة في فعاليات **الملتقى الدولي** حول" صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصالات: مثال الدول العربية والإفريقية"، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، مؤسسة كونراد أديناور، تونس، المنعقد يومي: 21 و22 أفريل 2010، بمداخلة بعنوان: **المدونون العرب بين الصحافة البديلة والتعبير الحر.**

الملتقيات الوطنية

01- المشاركة في فعاليات **الملتقى الوطني** الأول حول " بطء التعلم في المدرسة الجزائرية"واقع لتشخيص وآليات التكفل"، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، المنعقد يومي 19/18 فيفري 2015، بمداخلة بعنوان: **تقدير الذات عند تلاميذ بطيئي التعلم.**

02- المشاركة في فعاليات **الملتقى الوطني** حول" التحولات السياسية في الوطن العربي وشبكات التواصل الاجتماعي"، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر03، بمداخلة بعنوان: **مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام جديد والتحولات السياسية في البلدان العربية.** بتاريخ 17 ماي 2012.

03- المشاركة في فعاليات **الملتقى الوطني** الأول حول "سوسيولوجيا الجريمة"، فرع علم الاجتماع، قسم العلوم الانسانية والاجتماعية، كلية الآداب واللغات، جامعة حسيبة بن بوعلي، لشلف، المنعقد يومي 14/13 ديسمبر 2010، بمداخلة بعنوان: **وسائل الإعلام وتأثيرها في السلوك الجرمي.**

الأيام الدراسية

01- المشـاركة في فعاليـات **اليـوم الـدراسي** الموسـوم بعنـوان:" الاعـلام الأمنـي والتوعيـة الاجتماعية" يوم 17 أفريل 2017، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة يحيى فارس المدية- بمداخلة بعنوان: **صعوبات المعالجـة الإعلاميـة للقضايا الأمنية في مؤسسات الاعلام الجزائرية.**

02- المشاركة في فعاليات **اليوم الدراسي** الموسوم بعنوان:" مكانة التحليل السيميولوجي في بحوث ودراسات الاعلام والاتصال" يوم 28 فيفري 2017، قسم علوم الاعلام والاتصـال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة يحيى فارس المدية- بمداخلة بعنوان: **الأبعاد القيمية للصورة في الكتاب المدرسي.**

03- المشاركة في فعاليات **اليوم الدراسي** الموسـوم بعنـوان:" أخلاقيـات البحـث العلمـي في الجزائر" يوم 07 مارس 2017، قسم علوم الاعـلام والاتصـال، كليـة العلـوم الاجتماعيـة والإنسانية جامعة يحيى فـارس المديـة- بمداخلـة بعنـوان: **مقترحـات عمليـة لتحقيـق الالتزام الأخلاقي للباحثين في الجامعة الجزائرية.**

النشر

01- نشر مقال بعنوانّ "**مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهيـة في الجزائـر، دراسة وصـفية لعـدة نمـاذج عـبر صـفحات الفـايس بـوك"**، المـؤتمر الإعلامـي الـدولي المحكم، حول: الاعلام بين خطاب الكراهية والامـن الفكـري، كليـة الصـحافة والاعـلام- جامعة الزرقاء، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2017، ص 553.

02- نشر مقال بعنوانّ" **أثر برامج تلفزيون الواقع على ثقافة وقيم الأسرة"** مجلة الحكمة المحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 29- السداسي 2، كنـوز الحكمـة للـنشر والتوزبع بن عكنون، الجزائر، 2015، ص112- 133

03- نشر مقال بعنوان" **تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانعكاساتها على حرية الصحافة في البلدان العربية**"، في دورية المعيار المحكمة، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، العدد27، قسنطينة، 2011، ص353.

04- نشر مقال مرفق بدراسة تطبيقية بعنوان" **المدونات الالكترونية العربية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة**" ففي مجلة "الخليج"، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، المملكة العربية السعودية، ماي 2011، العدد85، ص53.

05- نشر مقال بعنوان **ماهية المدونات الالكترونية" الجزء الأول**" على شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات، متاح على الموقع: http://diae.net/2011/12/17/6665

06- نشر مقال على البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال بعنوان "**واقع المدونات الالكترونية العربية"** متاح على الرابط التالي:

http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=461&Itemid=1

مساهمات أخرى

01- المشاركة في تنظيم فعاليات **اليوم الدراسي** الموسوم بعنوان:" أخلاقيات البحث العلمي في الجزائر" يوم 07 مارس 2017، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة يحيى فارس المدية.

02-المشاركة في تنظيم فعاليات **الملتقى الوطني** الأول حول " بطء التعلم في المدرسة الجزائرية "واقع لتشخيص وآليات التكفل"، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدبة، المنعقد يومي 19/18 فيفري 2015.

03- المشاركة في برنامج" يوم جديد" الذي يبثه التلفزيون الأردني يوميا وذلك يوم الأحد 29-10-2011، للحديث عن مؤتمر "الإعلام والتحولات المجتمعية" ، بناء على طلب معدة البرنامج.

المقاييس المدرسة

- تقنيات قياس الجمهور.
- سيميولوجيا الصورة.
- تاريخ وسائل الإعلام.
- تكنولوجيا الاتصال.
- مدخل لعلوم الإعلام والاتصال.
- سيميولوجيا الانساق السمعية والبصرية.
- مدخل الى مجتمع المعلومات.
- ملتقى الصناعات الثقافية.
- تكنولوجيات الاتصال الحديث.
- مدارس ومناهج.
- ملتقى سبر الأراء.
- تاريخ وسائل الاعلام قي الجزائر.
- مؤسسات الاعلام والاتصال.
- المقاربات الكمية والكيفية.

دار غيداء للنشر والتوزيع

تلاع العلي - شارع الملكة رانيا العبدالله

مجمع العساف التجاري - الطابق الأول

تلفاكس : 5353402 6 962+

خلـــوي : 95667143 7 962+

ص.ب : 520946 عمّان 11152 الأردن

E-mail: darghidaa@gmail.com

www.darghaidaa.com

E-mail: info@darghaidaa.com

9789957965419